



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA: INGENIERÍA DE EMPRESAS

TRABAJO DE TITULACIÓN

TIPO: Proyecto de Investigación

Previo a la obtención del título de:

INGENIERA DE EMPRESAS

TEMA:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS DE LA EMPRESA TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION, RIOBAMBA 2017-2020.

AUTORA:

LUCIA NATIVIDAD GUALCO SISA

RIOBAMBA – ECUADOR
2018

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación, ha sido desarrollado por la señorita Lucia Natividad Gualco Sisa, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Jorge Luis Chafla Granda

DIRECTOR DE TRIBUNAL

Ing. María Elena Espín Oleas

MIEMBRO DE TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Lucia Natividad Gualco Sisa, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, marzo 8 de 2018

Lucia Natividad Gualco Sisa

C.C. 180443397-5

DEDICATORIA

A Dios que con su infinito amor me dio las fuerzas necesarias para seguir adelante en todas las adversidades que se presentaban y enseñarme a ser fuerte ante los retos que en el diario vivir se presentan. A mis padres por apoyarme incondicionalmente sin esperar nada a cambio y estar pendiente de que alcance mis metas, por darme consejos las cuales me ayudaron a ser una persona perseverante ante las muchas pruebas que existen en la vida y ser una persona de bien, por apoyarme económicamente siempre esperando mi bienestar y ver cumplidas mis sueños y metas. A mis tíos por sus consejos las cuales ayudaron a cumplir mis objetivos.

Lucia Natividad Guallo Sisa

AGRADECIMIENTO

A Dios por estar siempre a mi lado dándome las fuerzas necesarias para seguir adelante, y por permitirme formarme académicamente y poder concluirla, por darme sabiduría y perseverancia para poder levantarme ante las adversidades.

A mis padres y hermanos por ser un apoyo incondicional brindándome sus consejos y amor durante el transcurso de mi carrera, inculcándome valores los cuales me permitieron ser mejor día a día y poder ser perseverante y luchadora para poder cumplir con mis objetivos y metas propuestas.

A mis tíos, por sus consejos y por enseñarme a ser una persona trabajadora lo cual me permitió seguir avanzando día a día hasta cumplir las metas anheladas y poder ser una persona de bien.

A mis tutores quienes con sus conocimientos y paciencia me brindaron la orientación necesaria para poder realizar este trabajo. A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo quien me abrió las puertas para poder estudiar y culminar una carrera profesional.

Lucia Natividad Guallo Sisa

ÍNDICE GENERAL

Portada	i
Certificación del tribunal	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice general.....	vi
Índice de tablas	x
Índice de gráficos.....	xiii
Índice de anexos.....	xv
Resumen.....	xvi
Abstract.....	xvii
Introducción	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1 Formulación del problema	3
1.1.2 Delimitación del problema.....	3
1.2 JUSTIFICACIÓN	4
1.3 OBJETIVOS	5
1.3.1 Objetivo general.....	5
1.3.2 Objetivos específicos	5
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	6
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.	6
2.1.1 Antecedentes históricos.....	7
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	8
2.2.1 Plan de negocio	8
2.2.2 Importancia del plan de negocio	11
2.2.3 Elementos del plan de negocios.	11
2.2.4 Estudio administrativo	14
2.2.5 Estudio de mercado.	14
2.2.6 Plan técnico.	18
2.2.7 Plan de marketing.....	21

2.2.8	Estudio legal y ambiental	22
2.2.9	Plan financiero	23
2.3	IDEA A DEFENDER	24
2.4	VARIABLES	24
2.4.1	Variable independiente	24
2.4.2	Variable dependiente.....	24
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....		25
3.1	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	25
3.1.1	Método cuantitativo	25
3.1.2	Método cualitativo	25
3.2	TIPOS DE INVESTIGACIÓN	25
3.2.1	Investigación descriptiva.....	25
3.2.2	Investigación exploratoria.....	26
3.3	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	26
3.4	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	28
3.4.1	Métodos de investigación.....	28
3.5	INTERPRETACIÓN DE DATOS.....	30
3.5.1	Encuesta aplicada a la población femenina.....	30
3.5.2	Encuesta aplicada a la población masculina	41
3.6	VERIFICACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER	52
CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....		53
4.1	TÍTULO	53
4.2	CONTENIDO DE LA PROPUESTA.....	53
4.3	RESUMEN EJECUTIVO.....	54
4.4	ESTUDIO ESTRATÉGICO	55
4.4.1	Descripción de la empresa	55
4.4.2	Visión.....	55
4.4.3	Misión	55
4.4.4	Valores	55
4.4.5	Objetivos	56
4.4.6	Principios corporativos	56
4.4.7	Logotipo	57
4.4.8	Imagen corporativa	58
4.4.9	Organigrama estructural.....	60

4.4.10	Reclutamiento del cargo.....	62
4.4.11	Proveedores.....	64
4.5	ANÁLISIS DE ENTORNO Y COMPETENCIA.....	67
4.5.1	Análisis situacional	68
4.6	ESTUDIO DE MERCADO	72
4.6.1	Segmentación de mercado	72
4.6.2	Oferta, demanda y demanda potencial insatisfecha	73
4.6.3	Marketing MIX o 4P	79
4.7	ESTUDIO TÉCNICO	86
4.7.1	Tamaño del proyecto.....	86
4.7.2	Maquinaria	91
4.7.3	Ritmo de producción.....	92
4.7.4	Flujogramas de procesos	99
4.8	PLAN FINANCIERO	106
4.8.1	Plan de inversión.....	106
4.8.2	Costo de la depreciación	107
4.8.3	Inversión inicial.....	108
4.8.4	Capital de trabajo	109
4.8.5	Gastos generales.....	115
4.8.6	Precio de venta	117
4.8.7	Unidades producidas	117
4.8.8	Unidades vendidas	118
4.8.9	Estado de resultados.....	119
4.8.10	Proyección de las unidades vendidas y producidas	121
4.8.11	Proyección de los costos de producción y de ventas	122
4.8.12	Estado de resultados proyectados	124
4.8.13	Flujo de caja	125
4.8.14	Indicadores de rentabilidad de la inversión.....	127
4.8.15	Tasa interna de retorno (TIR) 1	128
4.8.16	Indicadores de rentabilidad de la inversión.....	131
4.8.17	Tasa interna de retorno (TIR) 2.....	132
4.8.18	Análisis financiero	134
4.8.19	Tasa beneficio –costo.....	134
4.8.20	Tasa beneficio costo con un financiamiento	135

CONCLUSIONES	136
RECOMENDACIONES.....	138
BIBLIOGRAFÍA	139
ANEXOS	141

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tipos de mercado.....	17
Tabla 2: Elementos del mercado.....	18
Tabla 3: Población	26
Tabla 4: Edad	30
Tabla 5: Ocupación actividad	31
Tabla 6: Importancia al vestuario	32
Tabla 7: Frecuencia en compra de ropa	33
Tabla 8: Frecuencia de uso de ropa cultural	34
Tabla 9: Fácil acceso a ropa cultural	35
Tabla 10: Sectores para comprar ropa cultural	36
Tabla 11: En base a que adquiere su ropa.....	37
Tabla 12: Valor étnico de la ropa cultural	38
Tabla 13: Publicidad de ropa cultural	39
Tabla 14: Textil New Blessings.....	40
Tabla 15: Edad	41
Tabla 16: Ocupación actividad	42
Tabla 17: Importancia al vestuario	43
Tabla 18: Producción nacional	44
Tabla 19: Tipo de prendas	45
Tabla 20: Decisión de compra	46
Tabla 21: Sectores para comprar ropa	47
Tabla 22: Frecuencia en compra de ropa	48
Tabla 23: Consumo de ropa	49
Tabla 24: Medios de comunicación	50
Tabla 25: Procedencia de la ropa	51
Tabla 26: Adquisiciones de para los proveedores.	64
Tabla 27: Análisis FODA	68
Tabla 28: Ponderación del análisis FODA	69
Tabla 29: Dimensión geográfica.....	72
Tabla 30: Dimensión demográfica.....	73
Tabla 31: Dimensión conductual	73

Tabla 32: Dimensión Psicorgánicas.....	73
Tabla 33: Mujer indígena que utilizan siempre blusa cultural.....	74
Tabla 34: Proyección de la demanda	75
Tabla 35: Oferta de todo tipo de ropa en el cantón Riobamba	76
Tabla 36: Proyección de la demanda	77
Tabla 37: Demanda potencial insatisfecha (DPI)	78
Tabla 38: Diversidad de productos propuestos	80
Tabla 39: Precio	81
Tabla 40: Estrategia de imagen corporativa	82
Tabla 41:_ Estrategia de publicidad en redes sociales.....	83
Tabla 42: Maquinarias que se utilizan en la producción	91
Tabla 43: Ritmo de Producción	92
Tabla 44: La capacidad de producción de la maquinaria.....	93
Tabla 45: Capacidad de producción de la maquinaria	93
Tabla 46: Días de distribución para la realización de los productos	93
Tabla 47: Productos en la semana.....	95
Tabla 48: Proyección de las ventas	96
Tabla 49: Costos de producción.....	97
Tabla 50: Vehículo.....	98
Tabla 51: Muebles y enseres.....	98
Tabla 52: Equipo de cómputo.....	98
Tabla 53: Promoción.....	98
Tabla 54: Plan de inversión	106
Tabla 55: Plan de inversión resumido.....	107
Tabla 56: Depreciación.....	107
Tabla 57: Depreciación método línea recta	108
Tabla 58: Inversión inicial para los nuevos productos	108
Tabla 59: Inversión inicial resumen para los nuevos productos	109
Tabla 60: Capital de Trabajo	109
Tabla 61: Costo de producción de las camisetas	112
Tabla 62: Costo de producción de las camisetas cola de pato y cuello de tortuga	113
Tabla 63: Costo de Producción del Blusa cultural con bordado artesanal.....	114
Tabla 64: Depreciación.....	115
Tabla 65: Gastos	116

Tabla 66: Precio de venta.....	117
Tabla N° 67: Proyección de Costos por unidades	117
Tabla 68: Proyección de Costos.....	118
Tabla 69: Proyección de ventas por unidades.....	118
Tabla 70: Proyección de ventas	119
Tabla 71: Estado de Resultados	120
Tabla 72. Estado de resultados con la diversificación de productos	120
Tabla 73: Proyección de las unidades vendidas.....	121
Tabla 74: Proyección de las unidades producidas	122
Tabla 75: Proyección del costo de producción	123
Tabla 76: Proyección del costo de producción	123
Tabla 77: Estado de Resultados	124
Tabla 78: Estado de Resultados	125
Tabla 79: Flujo de Caja con recursos propios.....	126
Tabla 80: Valor Actual Neto.....	127
Tabla 81. Tasa de interés	127
Tabla 82: Tasa Interna de Retorno.....	128
Tabla 83: Flujo de caja.....	129
Tabla 84: Tabla de amortización	130
Tabla 85: Valor Actual Neto con recursos propios.....	131
Tabla 86: Valor Actual Neto con recursos Financiados	132
Tabla 87: Tasa Interna de Retorno con recursos propios.....	133
Tabla 88: Tasa interna de retorno con recursos financiados.....	133
Tabla 89: Análisis financiero	134

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Elementos de la estructura del plan de negocios	11
Gráfico 2: Edad	30
Gráfico 3: Ocupación actividad	31
Gráfico 4: Importancia del vestuario	32
Gráfico 5: Frecuencia en compra de ropa	33
Gráfico 6: Uso de ropa cultural.....	34
Gráfico 7: Fácil acceso a ropa cultural	35
Gráfico 8: Sectores para comprar ropa cultural	36
Gráfico 9: En base a que adquiere su ropa.....	37
Gráfico 10: Valor étnico de la ropa cultural	38
Gráfico 11: Publicidad de ropa cultural	39
Gráfico 12: Textil New Blessings.....	40
Gráfico 13: Edad.....	41
Gráfico 14: Ocupación actividad	42
Gráfico 15: Importancia al vestuario	43
Gráfico 16: Producción nacional	44
Gráfico 17: Tipo de prendas	45
Gráfico 18: Decisión de compra	46
Gráfico 19: Sectores para comprar ropa	47
Gráfico 20: Frecuencia en compra de ropa	48
Gráfico 21: Consumo de ropa.....	49
Gráfico 22: Medios de comunicación	50
Gráfico 23: Procedencia de la ropa.....	51
Gráfico 24: Logotipo de Textil New Blessings Corporation.....	57
Gráfico 25: Cinco Fuerzas de Michael Porter	71
Gráfico 26: Proyección de la demanda	75
Gráfico 27: Proyección de la oferta (clientes-consumidores).....	77
Gráfico 28: Demanda potencial insatisfecha	78
Gráfico 29: Marketing MIX o 4P	79
Gráfico 30: Los servicios que ofrece la empresa.....	84
Gráfico 31: Página web.....	85

Gráfico 32: Proceso para ejecutar el plan de negocios	99
Gráfico 33: Procesos de logística y abastecimiento de MPD y MPI	100
Gráfico 34: Proceso de elaboración de camiseta	101
Gráfico 35: Proceso elaboración de blusas de cultural para mujer	102
Gráfico 36: Procesos para capacitación del talento humano	103
Gráfico 37: Proceso de control de documentos	104
Gráfico 38: Proceso de ventas del producto	105

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Encuesta para ropa causal de hombre	141
Anexo 2: Encuesta para ropa cultural de mujer	144
Anexo 3: Diseño de la camiseta pegar cuero	146
Anexo 4: Diseño de la camiseta pegar Tuill	146
Anexo 5: Diseño de la camiseta pegar basta y cortado de 9cm	147
Anexo 6: Reclutamiento del Gerente General	148
Anexo 7: Reclutamiento de la Secretaria.....	149
Anexo 8: Reclutamiento del Contador.....	150
Anexo 9: Reclutamiento del Jefe de Almacén.....	151
Anexo 10: Reclutamiento del Diseño	152
Anexo 11: Reclutamiento de Producción	153
Anexo 12: Reclutamiento del Jefe de ventas	154
Anexo 13: Reclutamiento del Vendedor.....	155
Anexo 14: Reclutamiento del Bodeguero	156
Anexo 15: Costo de Producción de Polos Cuello redondo	157
Anexo 16: Costo de Producción de Poloron	158
Anexo 17: Costo de Producción de Polos Box Camisero.....	159
Anexo 18: Costo de Producción del Blusa Cultural	160
Anexo 19: Costo de producción.....	161
Anexo 20: Costo de ventas	161

RESUMEN

El presente proyecto de investigación Plan de Negocios para la diversificación de productos de la empresa Textil New Blessings Corporation del cantón Riobamba, tiene como finalidad ayudar en el crecimiento y posicionamiento de la organización. La metodología aplicada para la recolección de la información fue desde un enfoque cuantitativo y cualitativo, a través de encuestas aplicadas a una muestra de los habitantes de la ciudad de Riobamba, en donde, se obtuvo como principales hallazgos que en la empresa se plantea un gran reto, ampliar su gama de productos enfocada en el área de diversidad de camisetas y blusas culturales con bordado artesanal, además, se observa un bajo nivel de innovación, la falta de objetivos, no tiene claro la estructura y manejo eficiente de las áreas administrativas, operativas y financieras de la empresa. Desde la perspectiva propositiva se desarrolló un plan de negocios, como herramienta para la planeación, control, gestión y toma de decisiones en las áreas administrativas, operativas, marketing y financiero, con el propósito de diversificar en la organización nuevos productos, además, que ayude a aplicar estrategias y acciones para elaborar un producto de calidad. Se recomienda aplicar adecuadamente el plan de negocios el cual permitirá conocer nuevas estrategias administrativas. Igualmente, analizar nuevos mercados para que la empresa sea más competitiva, con la finalidad de incrementar las ventas, finalmente realizar constantes capacitaciones a los colaboradores en los diferentes procesos de la producción.

Palabras Claves: <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS> <PLAN DE NEGOCIOS> <ESTRATEGIA EMPRESARIAL> <EMPRENDIMIENTO> <INNOVACIÓN> <RIOBAMBA (CANTÓN)>

Ing. Jorge Luis Chafla Granda
DIRECTOR TRABAJO DE TITULACIÓN

ABSTRACT

A Business Plan was done to diversify products for the New Blessings Corporation Textile Enterprise in Riobamba to improve the organization growth and strengthen its positioning. Information based on qualitative and quantitative methods was gathered using surveys that were administered to a sample of inhabitants of the city of Riobamba. The main results were as follows: the company has to face a great challenge which is to increase its range of cultural t-shirts and blouses with artisan embroidery, there is a low level of innovation, there are no objectives, the structure and efficient handling of the administrative, operating and financial areas are not well determined. Of the proposal, a business plan was developed as a tool of planning, control, management, making decision in the administrative, operating, marketing and financial areas for the company to have new products helping to apply strategies and actions to get a quality product. It is recommended to apply the business plan properly to determine new administrative strategies, to study new markets for the company to become competitive and increase the sales, and to train permanently its collaborators about different processes of production.

Key words: <ADMINISTRATIVE AND ECONOMICS SCIENCES> <BUSINESS PLAN> <BUSINESS STRATEGY> <ENTREPRENEURSHIP> <INNOVATION> <RIOBAMBA (CANTON)>

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación, se trata de desarrollo de un plan de negocios para la empresa Textil New Blessings Corporation de la ciudad de Riobamba, para lo cual se inició con un análisis de la situación actual de la empresa a través de la elaboración del plan administrativo, marketing, técnico y financiero, bajo esta perspectivas, se realizó con las siguientes capítulo:

En el capítulo I, contiene el problema, el mismo que consiste en el planteamiento del problema, la formulación y la delimitación del problema, otro aspecto importante es la justificación en la cual se menciona porque es importante realizar la investigación y finalmente se plantean el objetivo general y los específicos del plan de negocios.

En el capítulo II se determina el marco teórico, inicia con los antecedentes y la fundamentación teórica, lo cual consta de conceptos y definiciones de cómo realizar un el plan de negocios, importancia de un plan de negocios, los distintos elementos. Por otro lado, se presenta conceptos de un plan administrativo, operativo, técnico y financiero y estudio legal, con la finalidad de conocer y obtener información de las variables.

En el capítulo III se define la metodología de la investigación, en la cual se aplica técnicas e instrumentos para recolectar información y conocer la situación actual de la empresa, en donde, se desarrolló la modalidad de la investigación, tipos de investigación, población muestra, y la interpretación y análisis de los datos, en lo cual se realizó las tablas, gráficos estadísticamente.

En el capítulo IV se define el marco propositivo, el cual está compuesto por el desarrollo del plan de negocios para la empresa Textil New Blessings Corporation, cuyo propósito es mejorar la situación actual de la empresa a través de aplicar estrategias y parámetros del estudio administrativo, técnico, marketing y financiero.

Finalmente se presentó las conclusiones y recomendaciones, la bibliografía y los respectivos anexos.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La manufactura textil es una fase de la producción económica bienes y consiste en la transformación de materias primas, en productos textiles manufacturados, productos elaborados o productos terminados para su distribución y comercialización de los productos. En la actualidad al rededor del mundo la industrial textil tiene importancia en la economía de muchos países, y los de mayor producción los países europeos y asiáticos, siendo los creadores inventores de la moda para el mundo.

Según la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (2016), La producción textil en Ecuador inicio su desarrollo en el siglo XIX con la aparición de las primeras industrias que se dedicaban al procesamiento de lana, hasta los inicios del siglo XX que se introdujo el algodón, material que impuso la producción hasta la década de los 50, momento en que se consolido la utilización de esta fibra. A medida que fue creciendo la industria textil, también aumento la diversificación de sus productos, convirtiendo a los hilados y tejidos como los principales en volumen de producción; sin embargo, en los últimos años se incrementó las prendas de vestir y lencería de hogar. Actualmente la industria textil y de confecciones elabora productos provenientes de todo tipo de fibras como algodón poliéster, nylon, lana y seda.

A pesar de que Ecuador es conocido netamente por la exportación de productos agrícolas, en los últimos años ha ganado un espacio dentro de este mercado competitivo, convirtiéndose en una de las actividades que genera más de 50.000 plazas directas de empleo a los artesanos del país y 200.000 indirectas, ocupando el segundo lugar en el sector manufacturero después de los alimentos, bebidas en generar empleo.

En un evento realizado en Ecuador denominado Ecuador moda, evento que congregó a más de 32 compradores de prendas de vestir, calzado y accesorios fabricados en Ecuador, de los cuales 11 fueron internacionales, de acuerdo a estos compradores internacionales.

Los productos textiles ecuatorianos son de buena calidad, pero poseen costos de producción muy elevados, y no cuentan con la capacidad como para ofrecer el volumen de un pedido que requieren estos compradores internacionales.

La empresa Textil New Blessings Corporation Cia, Ltda., se encuentra ubicada en la ciudad de Riobamba la cual se dedica a la fabricación y comercialización de productos en la moda cultural para la Etnia indígena del país. Fue creada en el año 2011 desde lo cual ha tenido una gran aceptación del mercado lo que le ha permitido crecer económicamente.

Actualmente la empresa se plantea un gran reto, que es ampliar su gama de productos enfocada en el área urbana expresada en camisetas polo y ropa cultural. Para lo cual se crea la necesidad de realizar un plan de negocios en el cual se determine la viabilidad del proyecto empresarial mencionado.

A más de dar solución a los diferentes problemas que se presentan en la empresa como: bajo nivel de innovación, la falta de objetivos, no tiene claro la estructura y manejo eficiente de los recursos administrativos, financieros, técnicos y comerciales y la no apertura a mercados internacionales, mediante el plan de negocios se pretende potencializar la competitividad a través del lanzamiento de nuevos productos disminuyendo el riesgo al fracaso en la ejecución de este proyecto de desarrollo empresarial.

1.1.1 Formulación del problema

¿Cómo influye un plan de negocios para la empresa Textil New Blessings Corporation Cía? Ltda. que permita mejorar la rentabilidad mediante de la diversificación de la producción?

1.1.2 Delimitación del problema

La presente investigación comprende un plan de negocios para la diversificación de productos en el mercado local el mismo que tiene las siguientes delimitaciones para su realización:

De contenido:

Área: Planificación, de los recursos administrativos, financieros, técnicos y comerciales

Campo: Administrativo

Aspecto: Plan de negocio

Temporal: Periodo 2017.

Institución: Empresa Textil New Blessings Corporation Cia. Ltda.

Provincia: Chimborazo

Cantón: Riobamba

1.2 JUSTIFICACIÓN

Para la empresa New Blessings Corporation Textil Cia. Ltda., el plan de negocios servirá como herramienta para la planeación, control, gestión y toma de decisiones para la diversificación de nuevos productos, además proporciona de forma metódica los pasos y acciones que debe seguir la elaboración y comercialización de los productos.

Con el plan de negocios se busca lograr una mayor efectividad en el desarrollo económico de la empresa, por medio de la realización de estrategias para alcanzar las metas, mantener objetivos claros en el lanzamientos de los productos y objetivos corporativos, tomar decisiones sobre las proyecciones que se realizaran y mantener el sentido de prioridades en la empresa, así como el monitoreo constante; disminuyendo los riesgos que implican el lanzamiento de un nuevo producto en cualquier empresa, logrando un mayor compromiso con la sociedad ya que como se menciona en el planteamiento del problema, este sector productivo generara plazas de empleo por lo cual se deben manejar correctamente para que siga creciendo la industria. Así mismo el plan de negocios permitirá ser competitivo en el mercado y no ser absorbidos por la competencia.

Para la realización del presente trabajo de investigación se cuenta con el acceso a la información requerida y permitida por parte de la gerencia de la empresa, misma que da toda la apertura para obtener información esencial que nos permita cumplir con los

objetivos que se plantea en la investigación, así mismo se cuenta con información necesaria en bibliografía, Internet y demás medios de información.

Mediante la investigación realizada existirán beneficiarios directos e indirectos, la empresa será la beneficiaria directa del plan de negocios ya que se podrá generar un crecimiento económico y productivo para lograr mayor rentabilidad, como beneficiarios indirectos será los trabajadores que serán parte de una empresa competitiva y solvente con objetivos claros y la sociedad ya que se generara plazas de trabajo.

El presente trabajo de investigación es el resultado de una entrega total y profunda investigación, para lo cual se utilizará diversas técnicas de recolección de información para obtener los mejores resultados de la misma. Por lo antes manifestado el presente trabajo de titulación es original y de autoría total del investigador.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo general

Elaborar un plan de negocios para la diversificación de productos de la empresa Textil New Blessings Corporation Cia. Ltda. Riobamba 2017-2020, que permita mejorar la rentabilidad.

1.3.2 Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico general de la entidad para la elaboración de estrategias a fin de promover el desarrollo productivo de la empresa.
- Determinar el mercado objetivo para el direccionamiento de estrategias necesarias para la comercialización y la diversificación de productos a incrementar en la empresa.
- Desarrollar un estudio técnico en la cual se establezca la diversificación de productos, así como un análisis financiero que determine la inversión requerida y el tiempo de recuperación de la inversión.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.

Para fines de esta investigación se ha considerado algunas investigaciones realizadas en temas de esta línea, investigaciones realizadas dentro del país como fuera, el fin de estudiar dichas investigaciones es de crear un concepto claro y preciso que ayude a realzar y conocer bases conceptuales y lineamientos generales para presentar un trabajo que tenga beneficio total en la empresa, Textil New Blessings Corporation Cia. Ltda. A continuación, algunos estudios encontrados:

Según Fernández (2008), “Plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de arte urbano a través de camisetas en Bogotá. En la Universidad Javeriana de Bogotá.

Muestra los siguientes resultados: La creación de una empresa textil es un proyecto con muchas razones muy afines con los principios de la universidad, nace de la necesidad propia de crear una empresa que reúna ciertas características inherentes al administrador y al creador de la empresa, como son la rentabilidad, un sector atractivo, posibilidad de éxito y sobre todo un alto sentido social. Como resultados principales muestra que ninguno de los competidores utiliza a los artistas directamente como fuente inspiradora de sus diseños y ninguno de ellos funciona como una vitrina para sus obras, debido a la forma de comercialización y de la primicia de prendas exclusivas, la implementación de una fábrica productora no sería rentable, pues la capacidad instalada de la fábrica estaría muy por encima de las cantidades estimadas para un solo punto de venta.

Para Puertas (2008), “Desarrollo de un Plan de Negocios para la nueva línea de producto confeccionada con algodón orgánico para la empresa Pinto s.a. en el mercado local” presentado en la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

La aplicación correcta de la investigación de mercado, por medio de encuestas y entrevistas con el Jefe de Marketing, ha confirmado el éxito de innovar y comercializa

esta línea de ropa, contribuyendo en un futuro inmediato a la velocidad de ingresos por ventas, cumpliendo las proyecciones de ventas planteadas e incrementando la participación de mercado en la ciudad de Guayaquil y el incremento de la utilidad de la empresa.

La implementación de una campaña publicitaria agresiva y enfocada a las necesidades reales del público objetivo, se constituye en una estrategia que reforzará la imagen de marca y al mismo tiempo la participación en el mercado. El plan de comunicación toma más fuerza al apalancarse con el presupuesto de Pinto y no perjudica, más bien genera una sinergia favorable a la marca alcanzando el objetivo general del plan de marketing de desarrollar el valor

2.1.1 Antecedentes históricos

La empresa “Textil New Blessings Corporation Cia. Ltda.” nace el 27 de junio del 2011, luego de la caída de la Red de Panadería Y Pastelería “SUQUILANDI’S”. Por la amistad que al momento tenía en Lima Perú, los miembros de esta empresa acuden ante **“PEOPLE NICE Corporación Textil S.A.C.”** conformado por los hermanos Pérez Cerda, quienes gentilmente deciden ayudar mediante la prestación de su marca, modelos y diseños de Jeans, Polos y Camisas, con las cuales sin poseer conocimiento alguno ni el mercado al cual acudir incursionan en esta área.

“Textil New Blessings Corporation Cia. Ltda.” Crea al GRUPO TEXTIL SUQUILANDI, pero finalmente el 14 de agosto del 2015 se constituye legalmente como una compañía de responsabilidad limitada con número de inscripción 116, del registro mercantil de la ciudad de Riobamba y número de expediente 302154 de la Súper Intendencia de Compañías, bajo las operaciones comprendidas dentro del nivel 2 del CIIU para ejecutar actos y contratos conforme a las leyes ecuatorianas y que tenga relación con el mismo. Actualmente se encuentra en el proceso de patentar sus marcas para su catálogo de productos con las cuales pretende expandir su mercado a nivel nacional, su actividad es la fabricación y comercialización de polos de algodón, jeans, y camisas para caballeros, sus clientes son de las siguientes ciudades; Quito, Guayaquil, Ambato, Riobamba, Cañar, Puyo y Tena.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 Plan de negocio

Para Uribe (2015), el plan de negocios consiste en la elaboración, evaluación y ejecución de un proyecto de inversión. Los dos primeros conceptos se incluyen en la definición de proyecto de inversión, el cual se especifica como un documento escrito, que identifica una idea, para posteriormente ser una organización que elabora un producto o presta un servicio, para satisfacer los requerimientos y necesidades del consumidor, permitiendo alcanzar objetivos propuestos por la empresa en un periodo de tiempo.

Para el desarrollo de la idea en los proyectos es necesario obtener información para el proyecto. Existen dos posibles fuentes de información.

Información primaria: es aquella indispensable de obtener para la realización del estudio de factibilidad del proyecto. Se caracteriza porque en su obtención, su costo puede ser significativo, Ejemplo: la necesidad de contar con una investigación de mercados, un estudio específico de suelo.

Información secundaria: Es también conocida como la etapa del pre factibilidad del proyecto, en donde, se maneja información secundaria para poder sustentar el proceso de exploración para aplicar la idea. Es importante porque no es muy costosa pero factible. La identificación de posibles fuentes de financiación, etc.

Mientras que para Thomsen (2009), un plan de negocios es una descripción del negocio que usted requiere iniciar. Es una forma de planificar como llevar a cabo la ejecución del proyecto de investigación.

El plan de negocios recoge todos los elementos de su formación comercial y su experiencia de vida en general que sean pertinentes para su negocio. Contribuye a un inicio más ordenado – en beneficio del emprendedor y su familia, red personal, consultores y fuentes de financiamiento.

Usted no debe ver el plan de negocios como la última declaración para su negocio, sino como una plataforma desde la cual obtener acceso al mundo de los negocios. Es un mundo dinámico; por lo tanto, los planes para su negocio también deben ser dinámicos.

Elaborar un plan de negocios sirve varios propósitos:

Según Thomsen (2009) menciona que:

- Ayuda a estructurar la visión del proyecto
- Reúne información
- Mejora para la toma de decisiones
- Convince a la familia, los bancos y otras inversiones de que usted merece una inversión.
- Es una prueba de dedicación
- Es una base para obtener mejores consejos de los cooperadores y socios (p. 7).

Un plan de negocios se utiliza para documentar el proyecto y es para comunicar estrategias y planes de negocios.

El plan de negocios está conformado por objetivos estratégicos como tácticos y puede ser informal o formal. Un plan de negocios busca comunicar una dirección factible para que un negocio alcance su mayor rentabilidad (Balanko & Dickson, 2008).

Para Viniegra (2007), menciona que es una forma de planear tácticas en las áreas administrativas, financieras, mercado o técnicas. Con el propósito de visualizar las actividades de la empresa y la sinergia de la misma.

Se trata de un documento que, como un tablero de ajedrez, nos permite visualizar de una manera más práctica nuestro proceso de planeación. “Cómo tenemos que mover cada una de nuestras áreas (piezas) para alcanzar los objetivos de la empresa en el corto, mediano y largo plazo y el efecto que cada uno de estos movimientos tiene en el resto de las áreas (piezas) y por ende, en alcanzar nuestros objetivos (jaque mate)”

Hagamos de cuenta que el tablero es nuestro mercado, las piezas blancas son las distintas áreas de nuestra empresa y todo aquello que afecta nuestro desenvolvimiento en el mercado (competidores, proveedores, gobierno, etc.) lo constituyen las piezas negras; nuestro objetivo final es vencer todos los obstáculos (piezas negras) para ganar mayor posicionamiento en el mercado (tablero) en el cual estamos compitiendo y alcanzar nuestra meta final. Movemos nuestras piezas de manera estratégica buscando entre otras cosas confundir a nuestro enemigo, facilitando a su vez el camino a otras piezas más importantes que nos permitirán derrotarlo de la forma más rápida y con la menor pérdida de piezas posibles (eficientemente).

El Plan de Negocios nos ayuda a visualizar nuestro entorno de esta manera, es como si estuviéramos viendo nuestra empresa y/o negocio desde arriba, observando con mayor claridad nuestro mercado y todos aquellos aspectos (interno y externos) que tiene injerencia sobre nuestro desenvolvimiento en él. El Plan de Negocios nos obliga a entender el entorno en el cual estamos participando, fijar nuestras metas de una manera clara y precisa y cómo tiene que desempeñarse cada una de las áreas de la empresa para alcanzar estas metas u objetivos trazados.

El proceso de planear es indispensable para cualquier empresa, hoy en día generalmente se pide a cada una de las áreas que desarrolle su propia planeación de manera individual y contar así, con una estrategia para cumplir sus objetivos; pero, ¿realmente conocen el porqué de estos objetivos individuales de las demás áreas de la empresa, así como el efecto que tiene de manera conjunta (sinérgica) con los propios objetivos de la empresa?

El Plan de Negocios busca documentar y comunicar la implementación de estas estrategias y la forma en que deben de desarrollarse de manera integral a fin de poder alcanzar los objetivos finales esperados por la empresa. Es un documento descriptivo, le debe permitir entender a cualquier área dentro de la empresa lo que tiene que hacer tanto ésta como el resto de las áreas de forma individual y colectiva para alcanzar sus objetivos; esto es, el área de producción por ejemplo y una vez leído el Plan de Mercadotecnia, debe estar en posibilidades de entender cuál es el mercado meta de la empresa y por qué, contra quién se compite, cómo debemos comunicarnos con el cliente, etc., lo que al final les lleva a entender además el por qué tiene que producir un determinado número de piezas en un tiempo establecido, por ejemplo.

Lo anterior sucede de manera similar cuando estamos por comenzar un nuevo negocio y/o empresa, solo que a diferencia de una empresa ya operando, éste comienza con el propio establecimiento de las áreas que van a ser parte fundamental de la empresa y de ahí se orienta hacia el camino que tiene que seguir cada una de éstas. (Viniegra, 2007, págs. 13 - 15)

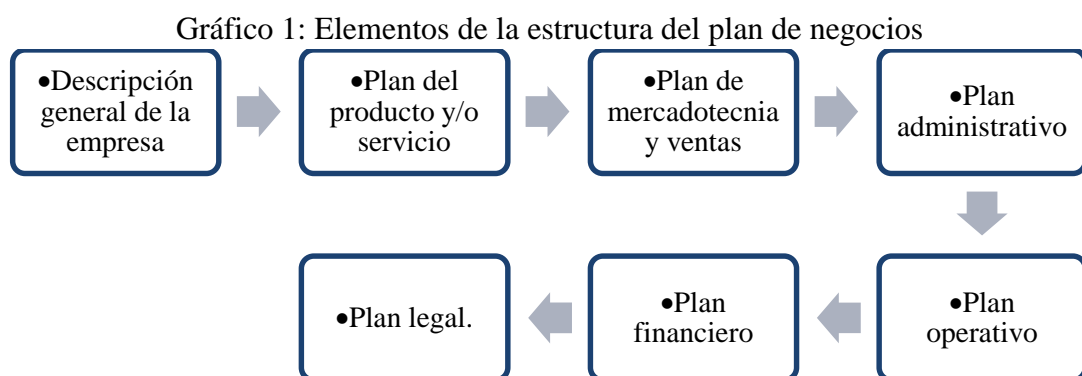
2.2.2 Importancia del plan de negocio

El plan de negocios es importante porque ayuda a tomar las mejores decisiones dentro de la empresa además que define el éxito o fracaso. El plan de negocio describe todos los elementos involucrados en el inicio de la nueva empresa. (Bateman & Snell, 2005)

Viniegra (2007), la importancia del plan de negocios radica en su magnitud y alcances, su estructura permite cubrir prácticamente todas las áreas del negocio o empresa facilitando y mejorando con eso el proceso de planeación. Es la creación para evaluar los aspectos económicos de la empresa.

2.2.3 Elementos del plan de negocios.

Para Viniegra (2007), el plan de negocios está estructurado en una serie de planes individuales que hacen referencia a todos estos aspectos:



Fuente: Entendiendo el Plan de Negocios (Viniegra, 2007)

Elaborado por: La Autora

1. Descripción general de la empresa. –Todo plan de negocios debe incluir aspectos relevantes que identifiquen a la empresa y / o persona que lo está presentando y que permitan al lector entender de una manera general su entorno, filosofía y

expectativas. El hacer una descripción general de nuestra empresa, nos permite entre otras cosas identificar de una forma clara y concisa aspectos tan importantes como nuestros objetivos, logros y factores distintivos, muchas veces pasados por alto y que juegan un papel muy importante al momento de establecer el camino a seguir para cumplir nuestros objetivos, de aquí su importancia. (Viniegra, 2007)

2. Plan del producto y/o servicio. - Para Viniegra (2007), Dentro de un Plan de negocios existe un apartado denominado “Plan de productos y/o servicios”, el cual busca plantear todos los aspectos relevantes relacionados al producto y/o servicio de que se trate: Qué productos y/o servicios van a ser ofrecidos, Cómo son, cuál es su estado actual y qué características distintivas posee, Qué productos y/o servicios adicionales están contemplados, Qué factores implica el desarrollar o poner en el mercado nuestros productos y/o servicios, Cómo han sido probados o evaluados y qué es lo que lo hace superiores a los demás, entre otros.

3. Plan de mercadotecnia y ventas. – Para Viniegra (2007), el cual busca establecer las acciones adecuadas para resolver las interrogantes antes señaladas. Los negocios y/o empresas cuya mercadotecnia es exitosa, comienzan invariablemente con un plan de mercadotecnia, un plan de acción basado en la identificación de información clave sobre nuestro mercado relacionada con su estructura, nuestras debilidades y oportunidades, así como nuestros y estrategias, entre otros.

El plan de mercadotecnia es el medio que nos va permitir analizar nuestro mercado y las estrategias para llegar a él de una manera más eficiente, el punto más importante una vez que contamos con el producto y/o servicio.

4. Plan administrativo. – Para Ruíz (2008), la eficiencia de una empresa se mide cuando esta supera las expectativas de la empresa, para ellos es importante el desempeño de sus trabajadores, la eficiencia de las máquinas y equipos, la optimización de los tiempos y movimientos, la nacionalización de los recursos financieros (Costos), el desarrollo de las políticas y directrices trazadas por la gerencia general, esto debe traducirse en utilidades para los socios y bienes para los trabajadores y generando políticas de responsabilidad hacia la sociedad mediante el desarrollo sostenible.

5. Plan operativo. -Para Zabala (2005), se ha llegado así a la fase de operacionalización del plan, esto es, en términos coloquiales, el momento de la carpintería, mediante el cual se adelantan ejercicios individuales de diseño que luego se han de colectivizar y afinar. Esta penúltima fase del proceso de planeación estratégica para el desarrollo institucional, corresponde a la elaboración de los llamados planes operativos.

6. Plan financiero. – Según Zorita (2013), debe cubrir un espacio temporal de al menos tres años, aunque es deseable un período de cinco.

- Plan de inversiones
- Necesidades de financiación
- Balance de situación inicial año.
- Presupuesto de tesorería de cada año
- Cuentas de resultados
- Propuestas de reparto de dividendos o en su caso de capitalización de la empresa.
- Balances finales.

7. Plan legal.- Según Fontaine (2008), los aspectos legales pueden restringirse la localización y obligar a mayores costos de transporte, o bien pueden otorgar franquicias para incentivar el desarrollo de determinadas zonas geográficas donde el beneficio que obtendría el proyecto superaría los mayores costos de transporte.

El análisis legal tiene su grado de importancia en un proyecto por los aspectos tributarios, constitucionales, laborales y comerciales para poder ejecutar un proyecto. El efecto más directo de los factores legales y reglamentarios se refiere a los aspectos tributarios. Normalmente existen disposiciones que afectan en forma diferente a los proyectos dependiendo del bien o servicio que produzcan. Esto se manifiesta en el otorgamiento de permiso y patentes en las tasas arancelarias incluso en la constitución de la empresa que llevara a cabo el proyecto lo cual tiene exigencias impositivas según sea el tipo de organización que se seleccione (p. 244).

Mientras que para Balanko (2008)

La mayoría de los planes de negocios contienen estos componentes:

- Resumen ejecutivo.
- Descripción del negocio.
- Producto y servicio.
- Análisis de la industria.
- Análisis del mercado.
- Estrategia de marketing.
- Operaciones y administración.
- Plan de implementación.
- Plan financiero.
- Plan de contingencia.

2.2.4 Estudio administrativo

Según Fernández (2007), el estudio administrativo es un proceso de contratación, compras, adquisición, construcción, trabajo en equipo, entre otras para que la empresa asuma responsabilidades para la correcta planificación y ejecución del proyecto de investigación. Para la fase de operación se hace necesario definir una estructura organizativa completamente diferente de la fase de ejecución y cuyo objetivo principal es poner a funcionar el proyecto y alcanzar los objetivos trazados. Como parte de este estudio se definen las relaciones de dependencia entre las diferentes instancias o niveles de la organización (organigramas), así como las funciones y relaciones, internas entre ellas, y externas al sector al que pertenece el proyecto.

2.2.5 Estudio de mercado.

Para Fernández (2007), En este apartado se describen los productos o servicios que generara el proyecto, a que mercado va dirigido, dónde se ubica geográficamente este mercado, cuál es la oferta y demanda existente de productos y de materias primas. Los aspectos más relevantes que en términos generales deben ser analizados en un estudio del mercado del proyecto son los siguientes:

- **Producto:** debe describirse en forma detallada el producto o servicio y sus especificaciones técnicas y de calidad.
- **Mercado:** deberán mostrarse los estudios de mercado llevados a cabo que presenten la forma como se estimó el mercado meta y que instrumentos se utilizaron para determinar la demanda potencial y la demanda efectiva del proyecto.
- **Oferta y demanda del mercado:** deberá hacerse un análisis de la demanda total del producto en el mercado, cuantificar la producción total interna, así como las importaciones y las exportaciones de productos similares que representan la competencia del proyecto. Es necesario además localizar físicamente a los productores y consumidores, así como determinar cuáles son sus estrategias de comercialización.
- **Materia prima:** definir las características de los proveedores de insumos, lugar de ubicación (nacional e internacional), precios, costos y medios de transporte.
- **Precio del producto:** la determinación del precio del producto puede hacerse de varias maneras. La primera de ellas puede ser obtenida con base en un promedio de los precios de productos similares en el mercado, el cual se puede determinar por medio de un estudio detallado de la oferta del mercado. La otra forma es tratar de determinar por diferentes formas cuál es el precio que los posibles consumidores estarían dispuesto a pagar por el producto que se pretende introducir en el mercado (Fernández S. , págs. 32-33).

2.2.5.1 Producto/servicio

Según Borello (1994), debe contener una breve descripción de la actividad desarrollada por la empresa, en términos de producto y servicios, entendidos como productos intangible) ofrecidos. Sin embargo, es importante no limitarse a la especificación superficial de los productos mediante una clasificación “física” de los mismos. Los productos pueden, de hecho, clarificarse individualmente de manera mucho más eficaz

(y agrupados en categorías homogéneas) a través del análisis de las funciones que desarrollan de cara al mercado, o mejor, de cara al consumidor.

No debe olvidarse que describir un producto destacado la utilidad percibida por el consumidor permite identificar los target (segmentos o clientes objetivos) específicos del mercado a los que se dirige. De esta forma, es posible dar un significativo paso adelante introduciendo el concepto de área de negocios, que será de posterior análisis.

2.2.5.2 Mercado

Según Agueda (2008), el concepto de mercado no tiene una definición clara y coherente, debido a las diferentes acepciones propuestas desde los distintos enfoques de estudio del fenómeno. Desde el punto de vista de marketing, las acepciones propuestas por la Teoría Económica no resultan útiles, ya que pese a trascender del concepto original que atendía únicamente al lugar físico donde la oferta y la demanda intercambian sus recursos, se limitan, desde un punto de vista económico, a incidir en los agentes que manejan la oferta y la demanda. Desde el ámbito jurídico, el mercado hace referencia a la transferencia del título de la propiedad, sin destacar los verdaderos elementos que determinan su existencia.

El mercado, en la vertiente comercial, tiene un significado diferente del correspondiente a los ámbitos señalados o como aspecto del orden social. Para los especialistas de Marketing, no solo resulta útil, sino casi la única posibilidad, de definir el mercado en función de las personas u organizaciones actuales o potenciales que tienen necesidad o deseo de bienes o servicios, disponen de los servicios, disponen de los recursos y poseen capacidad para adquirirlos.

Desde este ámbito los vendedores constituyen la industria y los compradores configuran el mercado, originándose entre ambos flujos monetarios, de productos y servicios y también de información, en el proceso de comunicación inherente a la relación de intercambio que se origina. (pág. 88)

2.2.5.3 Tipos de mercado

Para Agueda, y otros (2008), Las posibilidades de clasificación de los mercados son infinitas debido a la existencia de múltiples criterios en función de los objetivos propuestos. El siguiente cuadro nos muestra las diferentes taxonomías de los mercados

Tabla 1: Tipos de mercado

CRITERIO	TIPOLOGÍA
TIPO DE DEMANDA	Mercado de consumo: - Mercado de consumo inmediato. - Mercado de consumo duradero - Mercado de servicios. - Mercados organizacionales.
NIVEL DE COMPETENCIA	Monopolio de la oferta. Oligopolio. Competencia perfecta. Competencia monopolística.
ÁMBITO GEOGRÁFICO-ESPACIAL	Local Regional Nacional Internacional
NATURALEZA DE LOS PRODUCTOS	Agropecuarios Materias primas Manufacturados Servicios Activos financieros Ideas
CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR	Diferentes clasificaciones en función de las variables a considerar en el consumidor: Sociodemográficas Económicas Culturales Estilos de vida Consumo
INTENSIDAD DE LA DEMANDA Y LA OFERTA	Mercado de compradores Mercado de vendedores
ÁMBITO TEMPORAL	Corto plazo Medio plazo Largo plazo

Fuente: Principios de Marketing (Agueda, Madariaga, Narros, Pascula, Reinares, & Saco, 2008) (pág. 89)

Elaborado por: La Autora

Atendiendo al tipo de bienes que se ofertan en un mercado de consumo, pueden distinguirse ciertos aspectos inherentes a los mercados de cada tipo de productos, principalmente de consumo inmediato o duradero.

Tabla 2: Elementos del mercado

	MERCADOS DE CONSUMO INMEDIATO	MERCADOS DE CONSUMO DURADERO
CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA	Transcurre poco tiempo de una compra a otra. El proceso de decisión de compra es de baja implicación.	Transcurren largos períodos de tiempo de una compra a otra. El proceso de decisión de compra es de alta implicación.
ACCIONES DE LA OFERTA	Los productores se extinguen casi inmediatamente una vez utilizados. Elevada rotación de las existencias. Importancia de las marcas de la distribución. Canales largos de distribución. Canales anchos de distribución. Los precios de los productos son bajos. Márgenes comerciales unitarios reducidos.	Los productos posibilitan una utilización a largo plazo. Baja rotación de las existencias. Mayor importancia de las marcas de fabricante y segundas marcas. Canales cortos de distribución. Canales estrechos de distribución. Por lo general los precios son elevados. Márgenes comerciales unitarios elevados.

Fuente: Principios de Marketing (Agueda, Madariaga, Narros, Pascual, Reinares, & Saco, 2008)

Elaborado por: La Autora

2.2.6 Plan técnico.

Para Meza (2013), con el estudio técnico se pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto, o producción del servicio, para lograr los objetivos del proyecto. El objetivo principal de este estudio es determinar si es posible lograr producir y vender el producto o servicio con la calidad, cantidad y costo requerido: para ello es necesario identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materia prima, procesos, recursos humanos, etc. El estudio técnico debe ir coordinado con el estudio de mercado, pues la producción se realiza para atender las ventas que se identifican en este último estudio. El estudio técnico es realizado por expertos en el campo objetivo del proyecto de inversión y propone definir alternativas técnicas que permitan lograr los objetivos del proyecto y se constituye en una de las etapas de la pre factibilidad que mayor atención requiere debido a que toda la arquitectura financiera del proyecto, que

corresponde a la estimación de inversiones, costo e ingresos está montada sobre sus resultados. (pág. 23)

- Estudio del tamaño.
- Localización.
- Macro localización
- Micro localización.

Según Salazar (2010), menciona que el estudio técnico no solamente demuestra la viabilidad técnica del proyecto, sino que, además, debe justificar cuál es la alternativa técnica que mejor se ajusta a los criterios de optimización que corresponde aplicar al proyecto. De esta manera se establece el comportamiento de los costos del proyecto y de la vinculación orgánica del estudio técnico, así como el estudio económico financiero del proyecto.

El estudio técnico tiene varios factores que se deben analizar según la importancia que se da conforme a la propia naturaleza del proyecto. Salazar menciona los siguientes:

- Tamaño del proyecto
- Localización del proyecto
- Ingeniería (proceso de producción- tecnología).

2.2.6.1 Estudio del tamaño

Para Erosa (2004), señala que la definición del tamaño dependerá del tipo de proyecto que se quiera realizar, por tamaño del proyecto se define como la capacidad de producción dentro de un período de referencia, es decir, la capacidad es el máximo de unidades (bienes o servicios) que se pueden obtener en una instalación productiva por unidad de tiempo. Lo importante que el autor destaca es con que capacidad instalada debe iniciar su operación en el proyecto y cómo deberá variar esta capacidad durante la vida útil.

El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad de producción instalada que se tomara en cuenta, diaria, semanal, mes o por año.

Según Meza (2013), las etapas para determinar el tamaño de un proyecto son las siguientes:

- La definición de los indicadores adecuados de capacidad.
- La consideración de escenarios alternos de pronósticos de ventas.
- El análisis de factores que condicionan el tamaño, tales como:
 - La demanda insatisfecha del bien o servicio.
 - La disponibilidad, en cantidad y calidad, de materias primas.
 - La disponibilidad de tecnología existente.
 - La disponibilidad de recursos financieros.
 - La disponibilidad de mano de obra. (pág. 26)

2.2.6.2 Localización

Para Barreno (2014), señala que la localización estratégica y ordenada de una empresa puede determinar el éxito o fracaso de un negocio. Es por eso, para definir la ubicación del proyecto y si obedece no sólo a criterios económicos, sino también a juicios estratégicos, institucionales, políticos, ambientales, e incluso de distinciones emocionales.

El objetivo es ser competitivo, basado en mejorar el servicio o realizar un producto de calidad. La localización es buscar un sitio estratégico con facilidad para distribuir el producto, adquirir las materias primas y tener servicios básicos para direccionar hacia un mercado de consumo.

Para Meza (2013), define de la siguiente manera la macro localización y micro localización:

- Macro localización; tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales, basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente, y

debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto.

- Micro localización: abarca la investigación y comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar el sitio preciso del proyecto en un plano de la ciudad, considerando las variables mencionadas anteriormente en un mayor detalle (costo de terreno, facilidades de acceso a servicios públicos, facilidades administrativas o legales, etc). Cuando se hace el estudio a nivel de perfil, basta con identificar la zona para efectos de localización.

Para Meza (2013), en referencia a la capacidad de producción del proyecto, es necesario aclarar ciertos términos:

- Capacidad diseñada: es el nivel de producción o de prestación de servicios en condiciones normales de operación.
- Capacidad instalada: es el nivel máximo de producción o de prestación de servicios en condiciones normales de operación.
- Capacidad utilizada o real: es el porcentaje de la capacidad instalada que se alcanza, teniendo en cuenta las contingencias de producción y ventas. (pág. 26)

2.2.6.3 Ingeniería del proyecto.

Según Flórez (2016), el estudio de la ingeniería del proyecto abarca la descripción técnica del producto, su incidencia ambiental, la escogencia del proceso de producción, instalaciones, maquinaria y equipo e insumos a utilizar en la elaboración del producto.

2.2.7 Plan de marketing

- Análisis externo
- Análisis interno
- Matriz atractivo del mercado
- Matriz del perfil competitivo

- Estudio de mercado
- Estrategia de mercado

El Plan de Marketing según Longenecker (2001), es en donde se describe la forma de difusión y publicidad de la empresa, los beneficios que aportarán un producto o un servicio para el cliente y según el tipo de mercado

El Plan de Marketing indica el producto que pretende ser comercializar, detallando la ventaja diferencial que posee sobre otros productos semejantes y cómo se espera conservarla; la inversión necesaria, tanto al comienzo como a través del tiempo.

2.2.8 Estudio legal y ambiental

Una vez que ha sido determinada la factibilidad técnica y financiera, es necesario definir la factibilidad legal del proyecto. En ese sentido es necesario determinar las regulaciones de tipo legal que podrían afectar su desarrollo, especialmente en lo referente a su ubicación y funcionamiento.

La ubicación está afectada por los planes reguladores de las municipalidades locales o por lo establecido por las entidades nacionales responsables del desarrollo urbano.

Dependiendo del tipo de actividad se requiere cumplir con trámites para el otorgamiento de permisos de funcionamiento (patentes, licencias, estudio del pacto ambiental) que podrían afectar la etapa de operación, tanto en la parte productiva como de desechos, en donde se hace necesario cumplir con una serie de directrices emanadas por entidades responsables de la salud pública.

Finalmente, el estudio del impacto ambiental se ha convertido en el requisito que mayor importancia tiene para establecer la viabilidad del proyecto. Busca demostrar cuáles son los efectos para el ambiente que se derivan del desarrollo del proyecto y las medidas de mitigación que se tomarán. En este tipo de estudio está regulado por las secretarías técnicas, ambientales y las entidades responsables de la salud pública. (Fernández S. , 2007).

2.2.9 Plan financiero

Según Fernández (2007), el objetivo de este apartado es determinar, por medio de indicadores financieros, la rentabilidad del proyecto, para lo cual es necesario estimar en detalle los ingresos, así como los costos de inversión inicial y los costos de operación del proyecto.

La información utilizada en este apartado proviene de dos grandes fuentes; el estudio de mercado por medio del que se determinan los posibles ingresos del proyecto en función de las ventas proyectadas por el precio. Por su parte, el estudio técnico nos suministra información relativa a las inversiones, costos de operación, costos de producción, depreciaciones, et

Los elementos del estudio financiero son;

- **Inversión inicial:** se refiere al costos de las adquisiciones como terrenos, edificios, maquinaria, equipos, activos intangibles, etc. También el costo de consultorías y asesorías relacionadas con la inversión inicial.
- **Costos de producción y de operación:** se refiere a los costos directos, indirectos y generales, relacionados con la operación y la producción. Entre estos se pueden citar la materia prima, los insumos, la mano de obra, los servicios de energía y comunicación, los costos de administración, alquileres, pago de impuestos, etc.
- **Capital de trabajo;** se refiere a la cantidad de efectivo necesario para la operación del proyecto. Normalmente este capital de trabajo va relacionado con el nivel de actividad del proyecto y se recupera una vez que el proyecto finalice su vida útil.
- **Costos de capital:** se refiere al costo de financiamiento del proyecto y se determina en función de las diferentes fuentes de financiamiento del proyecto y su participación en el financiamiento de las inversiones de las inversiones que requiere el proyecto.

- **Flujos de efectivo del proyecto:** toma como base los precios y las cantidades de producto que se planea vender anualmente según el estudio de mercado, así como los costos de producción, operación y depreciaciones de los activos, se construyen los flujos de efectivo del proyecto, que son los que se utilizarán para calcular la rentabilidad del proyecto.
- **Rentabilidad del proyecto:** para determinar la rentabilidad del proyecto se hace uso de las técnicas de evaluación de inversiones como el VAN y TIR.

2.3 IDEA A DEFENDER

Con un plan de negocios permitirá mejorar la rentabilidad para la empresa Textil New Blessings Corporation, Cía. Ltda. Riobamba 2017-2020.

2.4 VARIABLES

2.4.1 Variable independiente

Plan de negocios

2.4.2 Variable dependiente

Mejorar la rentabilidad

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Para llevar a cabo esta investigación se utilizará un enfoque cualitativo-cuantitativo en razón que las teorías expresadas mediante variable cualitativas pueden ser medibles cuantitativamente a través de indicadores, los dos emplean procesos cuidadosos, sistemáticos empíricos y técnicos.

3.1.1 Método cuantitativo

Para Bernal (2006), el método cuantitativo se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales. Este método tiende a generalizar y normalizar resultados.

3.1.2 Método cualitativo

Para Bernal (2006), el método cualitativo se orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar. Su preocupación es cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes.

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

3.2.1 Investigación descriptiva

Para Namakforoosh (2005), es una investigación en la cual se describe cuándo, dónde, cómo y quién es el sujeto de estudio, se usa un diseño descriptivo para hacer una investigación. Este tipo de investigación comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos que se genera dentro del ambiente de la Empresa.

3.2.2 Investigación exploratoria

Para Namakforoosh (2005), los estudios exploratorios sirven para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre las posibilidades de llevar a cabo una investigación más completa respecto de un contexto particular, investigar nuevos problemas, identificar conceptos y variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones y postulados.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

El cálculo de la muestra es en la Provincia de Chimborazo, en el Cantón Riobamba, donde calcularemos el universo y muestra que corresponde para el estudio de este plan de negocios. Tomando en cuenta que la Empresa Textil New Blessings Corporation Cía. Ltda. realiza ropa casual para hombres en edades de 12 años a 60 años, así también produce ropa Cultural solo para mujeres en el mismo rango de edades anteriormente mencionado, con esta información obtenida a continuación el cálculo de la muestra; Según: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)

Tabla 3: Población

MUESTRA PARA ROPA CULTURAL DE MUJER	Población de Ciudad de Riobamba : 225.741 Población Mujeres: 118.901 – 38%, que según el INEC representa la identificación Indígena = 45.182
MUESTRA PARA ROPA CASUAL DE HOMBRE	Población de la Ciudad de Riobamba: 225.741 Población Hombres: 106.840 de los cuales 24% representa a la población no comprendida entre 12 años a 60 años Total para el cálculo de la muestra: 81.199

Fuente: Investigación de campo

Para calcular el tamaño de la muestra se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + k^2 * p * q}$$

En donde:

n= Tamaño de la muestra (Número de encuestas a realizar).

N= Tamaño de la población o universo.

k= Nivel de confiabilidad 1,96. El nivel de confianza indica la probabilidad que los resultados de nuestra investigación sean ciertos.

e= Error de muestreo 0,05 (5%) (El más utilizado por el nivel de confianza).

p= Probabilidad de ocurrencia 0,5.

q= Probabilidad de no ocurrencia 1-p.

Muestra para las blusas culturales de mujer

$$n = \frac{(1.96^2)(0.5)(0.5)(45.182)}{[(0.05^2)(45.182 - 1)] + [(1.96^2)(0.5)(0.5)]}$$

$$n = 381 //$$

DATOS:

N= 45.182

p= 0,5

q= (1-p) 0,5

k= 95% (1,96) confianza

Muestra para Ropa Casual de Hombre

$$n = \frac{(1.96^2)(0.5)(0.5)(81.199)}{[(0.05^2)(81.199 - 1)] + [(1.96^2)(0.5)(0.5)]}$$

$$n = 382 //$$

DATOS:

N= 81.199

p= 0,5

q= (1-p) 0,5

k= 95% (1,96) confianza

e= 5% (0,05) error muestral.

3.4 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.4.1 Métodos de investigación

3.4.1.1 Método inductivo – deductivo

Según Hurtado & Toro (2007), la inducción permite pasar de los hechos particulares a los principios generales. Consiste en partir de la observación de múltiples hechos o fenómenos para luego clasificarlos y llegar a establecer las relaciones o puntos de conexión entre ellos”.

Para Hurtado & Toro (2007), “la deducción es un proceso mental o de razonamiento que va de lo universal o general a lo particular. Consiste en partir de una o varias premisas para llegar a una conclusión. Es usado tanto en el proceso cotidiano de conocer como en la investigación científica”.

3.4.1.2 Técnicas de investigación

Entrevista

Para Bernal (2006), la entrevista es una técnica para recolectar información de forma personal y generalmente es de forma verbal y no debe ser a más de dos personas, en la cual el entrevistado responde a preguntas previamente elaboradas. Se dirige al propietario o gerente de la empresa, para conocer los requerimientos, necesidades o estado actual de la organización diagnosticados por las autoridades de la empresa y aquellos que lleven a cabo actividades que tengan que ver con la naturaleza del plan de negocios.

Encuesta

Según García (2012), las encuestas se utilizan para sondear las opiniones de algunos trabajadores solicitando respuesta a preguntas relacionadas con las políticas de la empresa, referentes a su satisfacción con el ambiente laboral, la supervisión, etcétera.

Esta técnica servirá para la recopilación de información relevante, a través de preguntas abiertas y cerradas, realizadas a una muestra representativa de la población para conocer su opinión, preferencia, expectativas y aceptación de los productos de la empresa

Observación documental

Para Bernal (2006), la observación, como técnica de investigación científica, es un proceso riguroso que permite conocer, de forma directa, el objeto de estudio para luego describir y analizar situaciones sobre la realidad estudiada.

Es una observación indirecta donde se revisan fuentes de información impresa, grabada o video grabada: documentales, películas audio, etc.

3.4.1.3 Instrumentos de investigación

Guía de entrevista – cuestionario. - es una ayuda de memoria para el entrevistador, tanto en un sentido temático (ayuda a recordar los temas de la entrevista) como conceptual (presenta los tópicos de la entrevista en un lenguaje cotidiano, propio de las personas entrevistadas).

Cuestionarios. - es un conjunto de preguntas que se confecciona para obtener información con algún objetivo en concreto. Existen numerosos estilos y formatos de cuestionarios, de acuerdo a la finalidad específica de cada uno.

Fichas de observación. - Las fichas de observación son instrumentos de la investigación de campo. Se usan cuando el investigador debe registrar datos que aportan otras fuentes como son personas, grupos sociales o lugares donde se presenta la problemática.

3.5 INTERPRETACIÓN DE DATOS

3.5.1 Encuesta aplicada a la población femenina

RESULTADO ROPA CULTURAL DE MUJER

Pregunta N 1. Edad del encuestado

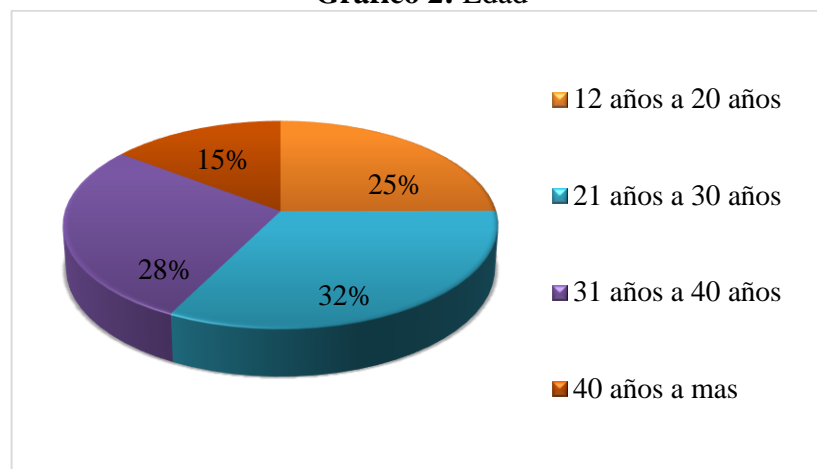
Tabla 4: Edad

12 años a 20 años	95
21 años a 30 años	124
31 años a 40 años	106
40 años a mas	56
TOTAL	381

Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Gráfico 2: Edad



Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Las encuestas realizadas fueron aplicadas en un 32% a personas en edades comprendidas entre 21 a 30 años, el 28% representa a personas entre 31 y 40 años, el 25% representa a personas comprendidas entre 12 y 20 años , y por último el 15% donde se encuentran personas entre 40 años o más.

Pregunta N 2. Ocupación actividad

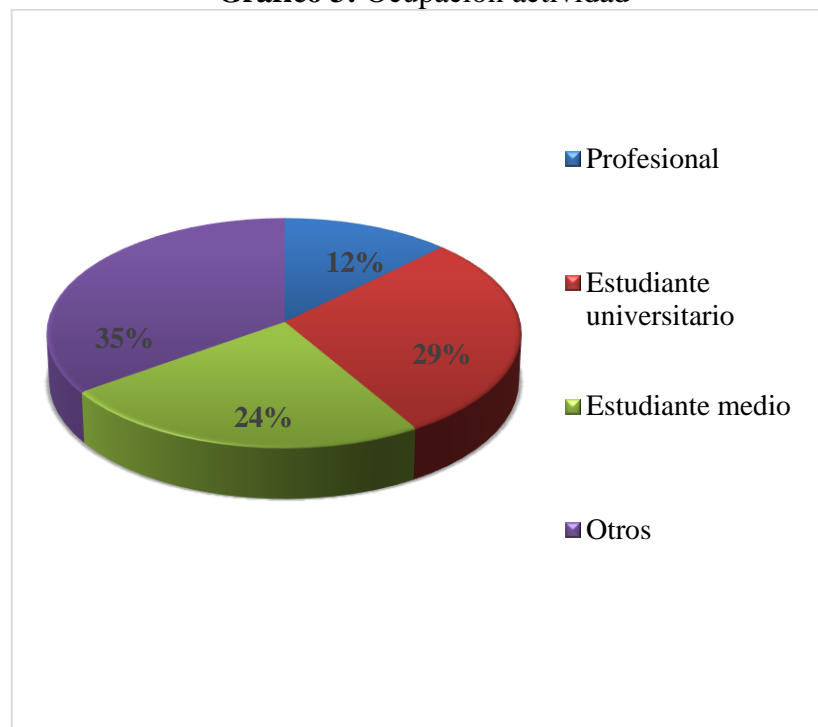
Tabla 5: Ocupación actividad

Profesional	48
Estudiante universitario	110
Estudiante medio	90
Otros	133
TOTAL	381

Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Gráfico 3: Ocupación actividad



Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Según los datos obtenidos se evidencia que la mayoría de personas que realizaron esta encuesta en un 35% pertenece al grupo de otros, el 29% representa a estudiantes universitarios, el 24% representa al estudiante medio y el 12% a profesionales.

Pregunta N 3. ¿Qué importancias da a su vestuario?

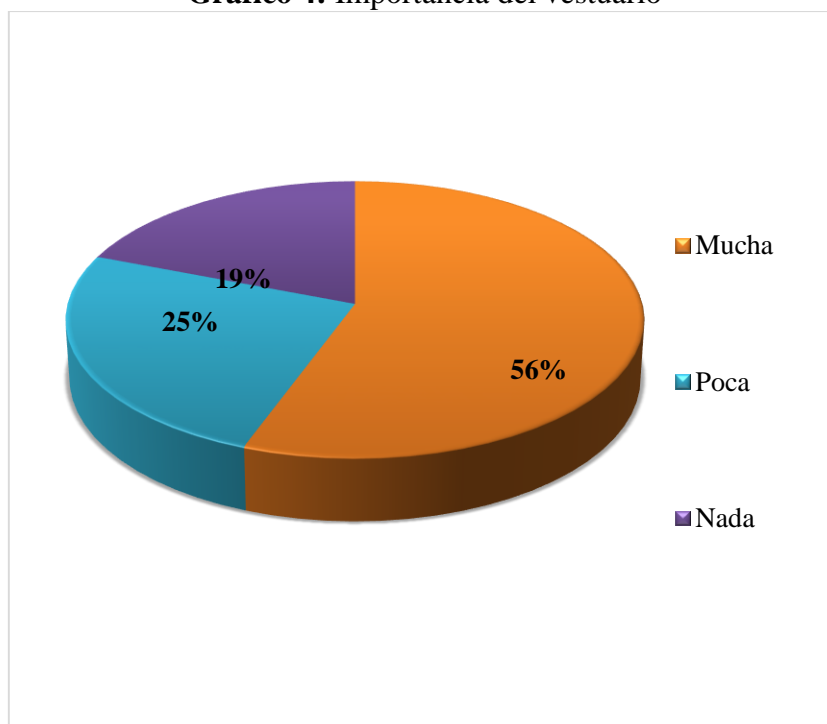
Tabla 6: Importancia al vestuario

Mucha	212
Poca	96
Nada	73
TOTAL	381

Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Gráfico 4: Importancia del vestuario



Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

El 56% de las personas encuestadas afirman que prestan mucha atención al vestuario que utilizan, el 27% asegura que resta poca atención a la vestimenta, y únicamente el 19% de las personas dicen no prestar nada de atención a la vestimenta que utilizan.

Pregunta N 4. ¿Con qué frecuencia compra ropa?

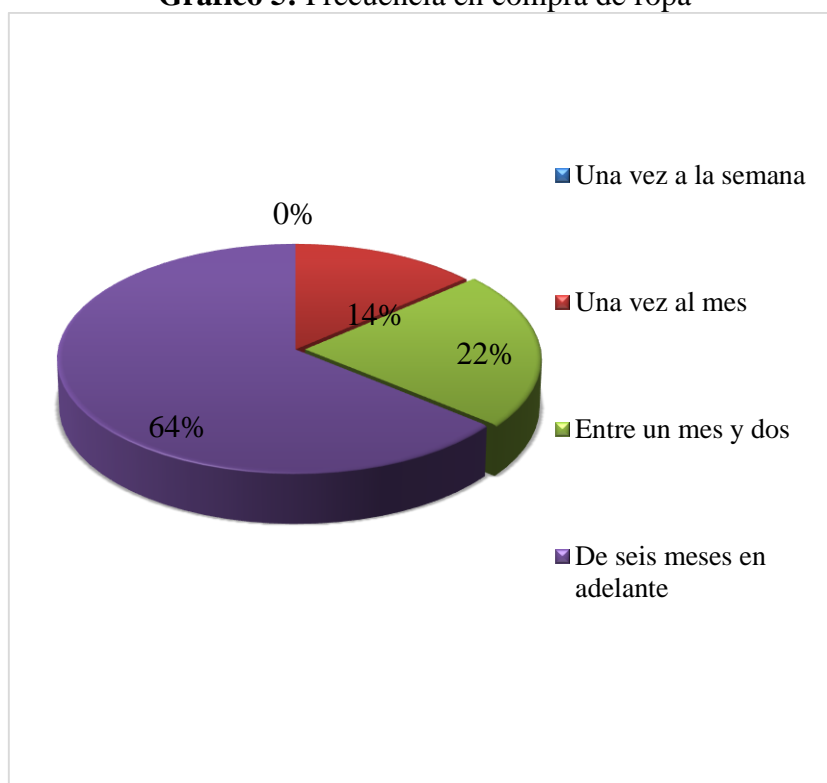
Tabla 7: Frecuencia en compra de ropa

Una vez a la semana	0
Una vez al mes	52
Entre un mes y dos	85
De seis meses en adelante	244
TOTAL	381

Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Gráfico 5: Frecuencia en compra de ropa



Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

El 64% de las personas encuestadas afirman que adquieren su ropa cada seis meses en adelante, seguido del 22% que representa a las personas que mencionan que compran su ropa entre uno o dos meses, el 14% de las personas indican que realizan sus compras al menos una vez al mes.

Pregunta N 5. ¿En qué frecuencia utiliza ropa cultural

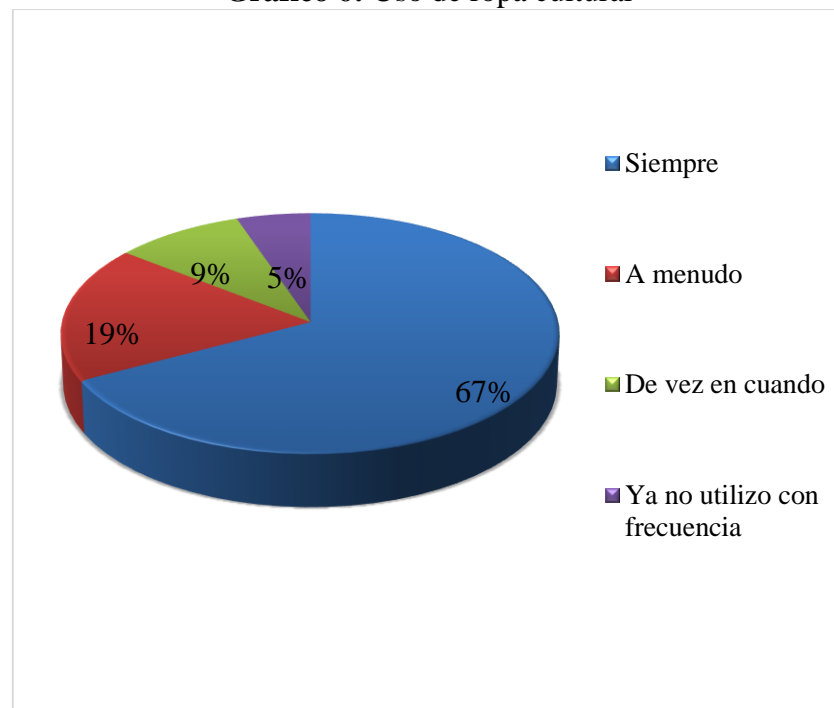
Tabla 8: Frecuencia de uso de ropa cultural

Siempre	256
A menudo	70
De vez en cuando	35
Ya no utilizo con frecuencia	20
TOTAL	382

Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Gráfico 6: Uso de ropa cultural



Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Se identifica que el 67% de las personas encuestadas siempre utilizan la ropa propia de su cultura, el 19% se las personas afirman que utilizan este tipo de vestimenta de vez en cuando, el 9% menciona que utiliza su vestimenta muy a menudo, y el 5% afirma que ya no utiliza con frecuencia su vestimenta.

Pregunta N 6. ¿Encuentra con facilidad la venta de ropa cultural?

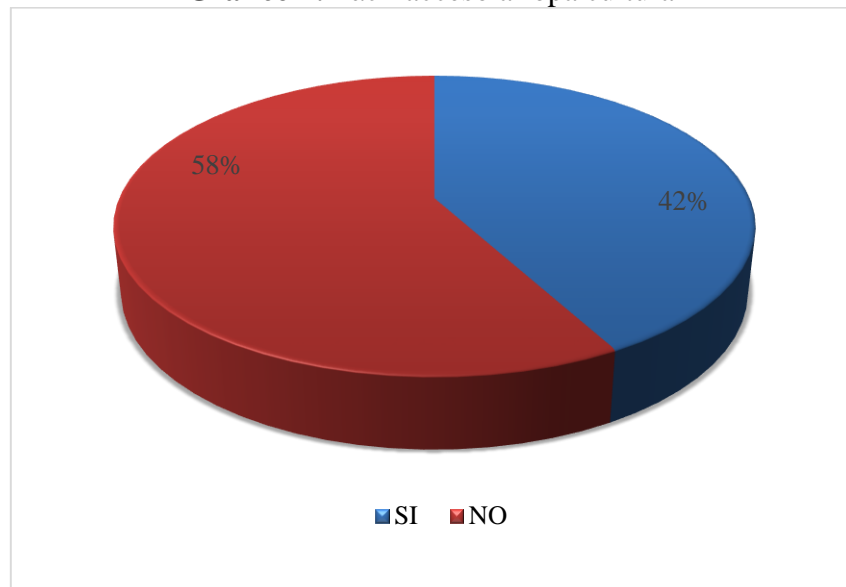
Tabla 9: Fácil acceso a ropa cultural

SI	160
NO	221
TOTAL	381

Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Gráfico 7: Fácil acceso a ropa cultural



Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Del total de las personas que realizaron la presente encuesta el 58% coincide en que no resulta fácil acceder a vestimenta cultural, y el 42% de las personas afirma que si les resulta fácil acceder a este tipo de ropa.

Pregunta N 7. Nombre cuatro sectores donde compra ropa con más frecuencia

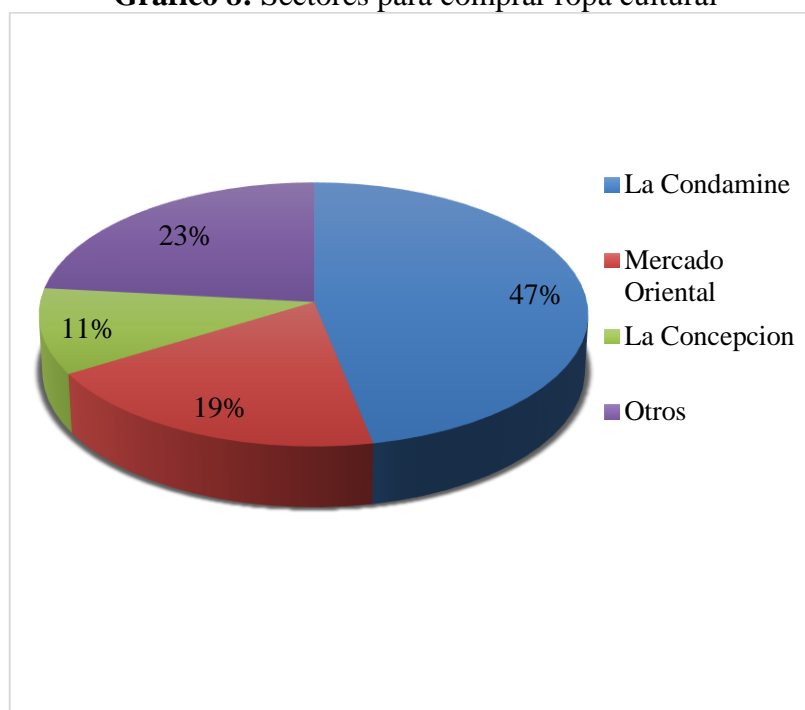
Tabla 10: Sectores para comprar ropa cultural

1	La Condamine	178
2	Mercado Oriental	74
3	La Concepción	40
4	Otros	89
	TOTAL	381

Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Gráfico 8: Sectores para comprar ropa cultural



Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

El 47% del total de encuestados afirma que adquiere su ropa cultural en el Centro Comercial La Condamine, seguido del 23% que representa a las personas que adquieren su ropa en otros lugares , el 19% de las personas afirma que compra su ropa en el Mercado Oriental, y únicamente el 11% adquieren su ropa en la Concepción.

Pregunta N 8. Para adquirir ropa usted, toma la decisión en base a

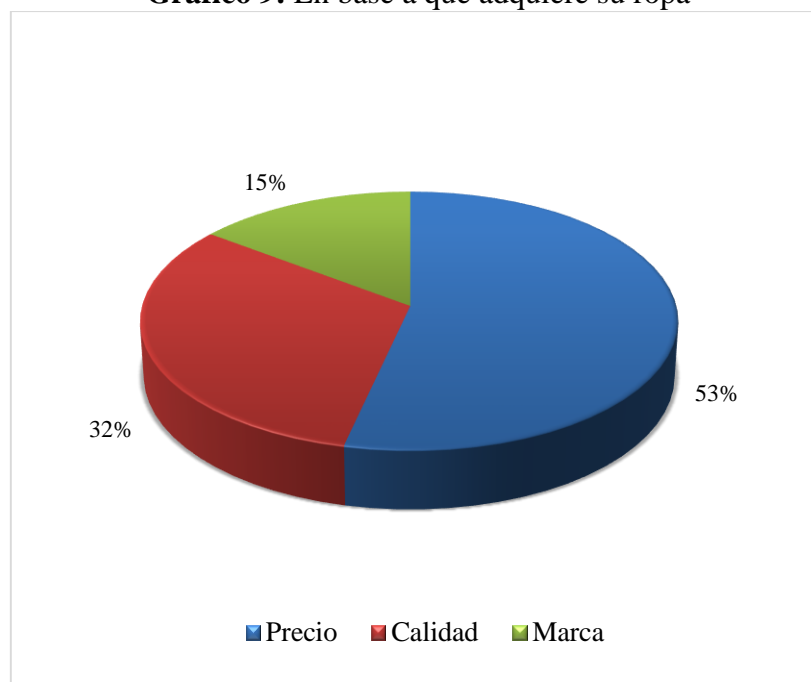
Tabla 11: En base a que adquiere su ropa.

Precio	204
Calidad	121
Marca	56
TOTAL	381

Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Gráfico 9: En base a que adquiere su ropa



Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

El 53% del total de los encuestados realiza sus compras basados en el precio de los mismos, el otro 32% de personas afirma realizar sus compras en base a la calidad de las prendas de vestir, y únicamente el 15% menciona realizar sus compras en base a la marca de la ropa.

Pregunta N 9. ¿Cree usted que la ropa cultural está perdiendo el valor étnico en la actualidad?

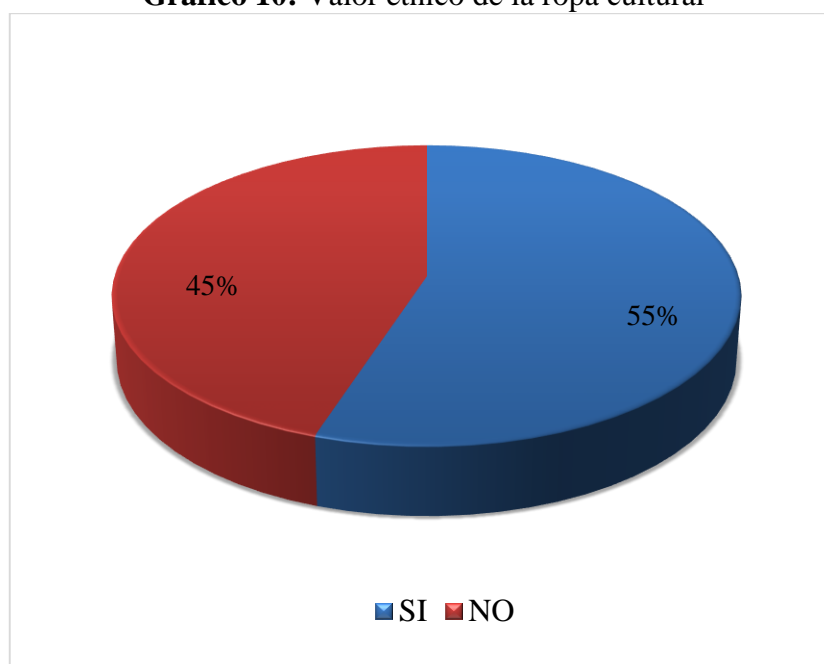
Tabla 12: Valor étnico de la ropa cultural

SI	210
NO	171
TOTAL	381

Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Gráfico 10: Valor étnico de la ropa cultural



Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

El 55% del total de las encuestas realizadas afirma que, si se está perdiendo el valor étnico de la ropa cultural, y el 45% asegura que no se está perdiendo este valor étnico.

Pregunta N 10. ¿Cree necesario se realice publicidad para dar a conocer la ropa cultural?

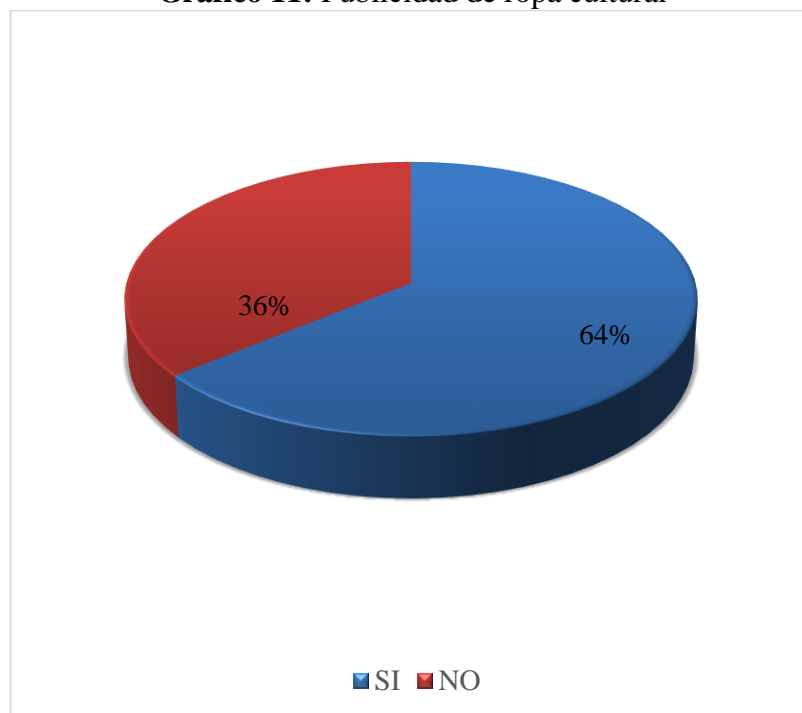
Tabla 13: Publicidad de ropa cultural

SI	244
NO	137
TOTAL	381

Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Gráfico 11: Publicidad de ropa cultural



Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

El 64% de las personas encuestadas menciona que, si cree necesario publicitar la ropa cultural por los diferentes medios de comunicación existentes, en cambio el 36% de personas afirman que no es necesario realizar esta publicidad.

Pregunta N 11. Compraría ropa Cultural de una empresa nueva como Textil new Blessings.

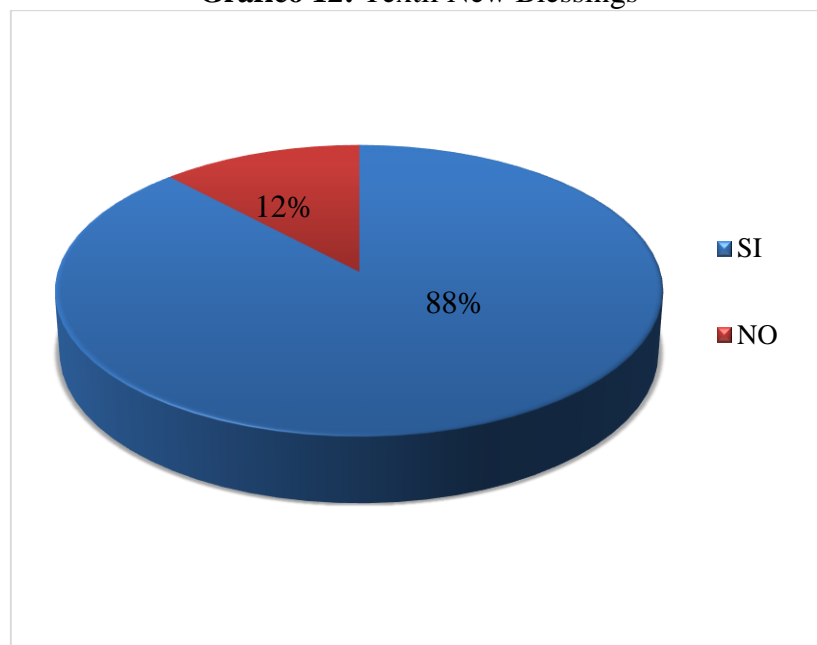
Tabla 14: Textil New Blessings

SI	335
NO	46
TOTAL	381

Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Gráfico 12: Textil New Blessings



Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Del total de los encuestados el 88% afirma que, si compraría su ropa cultural en la empresa Textil New Blessings, y el 12% se mantiene en que no realizaría sus compras en esta empresa.

3.5.2 Encuesta aplicada a la población masculina

Resultado ropa masculina

Pregunta N 1. Edad del encuestado

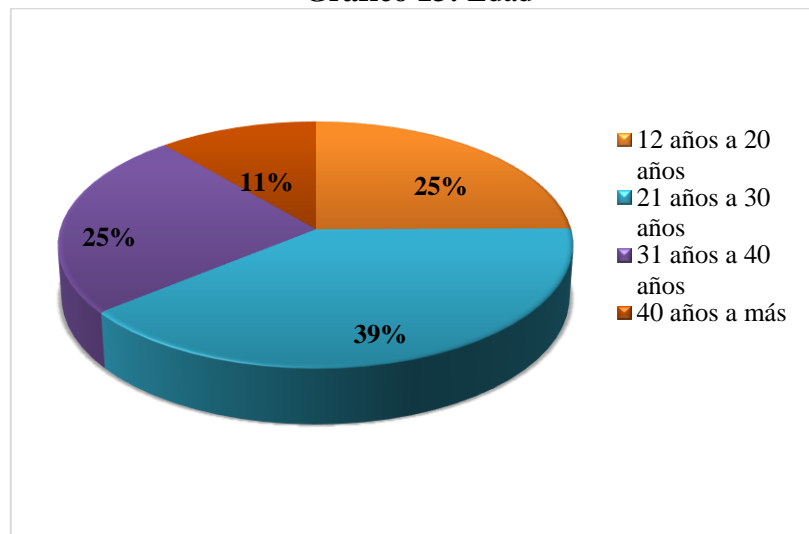
Tabla 15: Edad

12 años a 20 años	95
21 años a 30 años	150
31 años a 40 años	94
40 años a más	43
TOTAL	382

Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Gráfico 13: Edad



Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Se identifica claramente que la encuesta aplicada en su mayoría ha sido realizada por personas entre edades comprendidas entre 21 y 30 años de edad con un porcentaje de 39%, seguido por el 25% que representan las personas comprendidas entre las edades de 12 a 20 años y de 31 a 40 años, y por ultimo encontramos un porcentaje del 11% donde se encuentran las edades comprendidas de 40 años a más.

Pregunta N 2. Ocupación del Encuestado

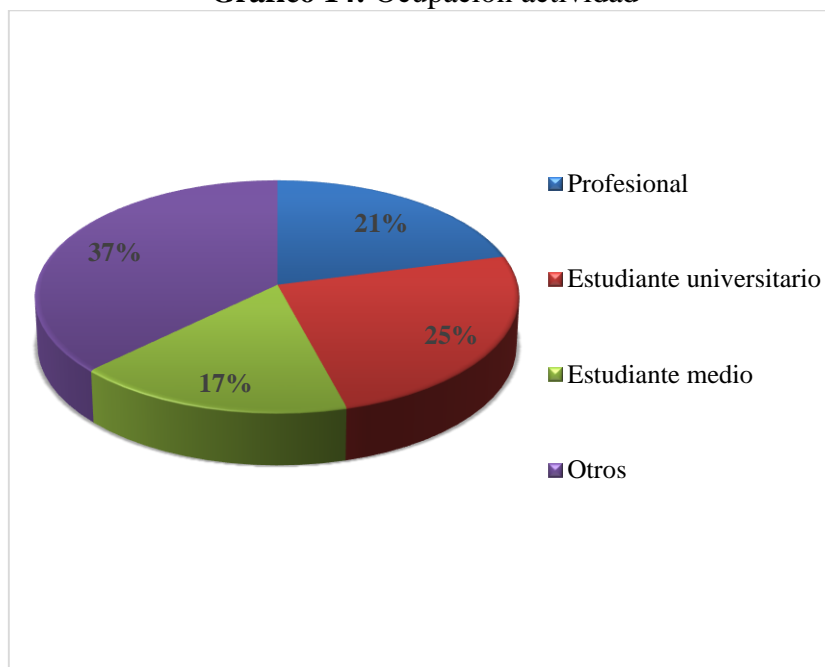
Tabla 16: Ocupación actividad

Profesional	80
Estudiante universitario	95
Estudiante medio	65
Otros	142
TOTAL	382

Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Gráfico 14: Ocupación actividad



Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Entre los porcentajes que se citarán a continuación, podemos identificar que los mismos se encuentran muy cercanos, es así que tenemos un porcentaje del 37% en otros, un 25% que representa a estudiantes universitarios, un 21% representa a los profesionales, y finalmente un 17% donde podemos encontrar a estudiante medio.

Pregunta N 3. ¿Qué importancia das a tu vestuario?

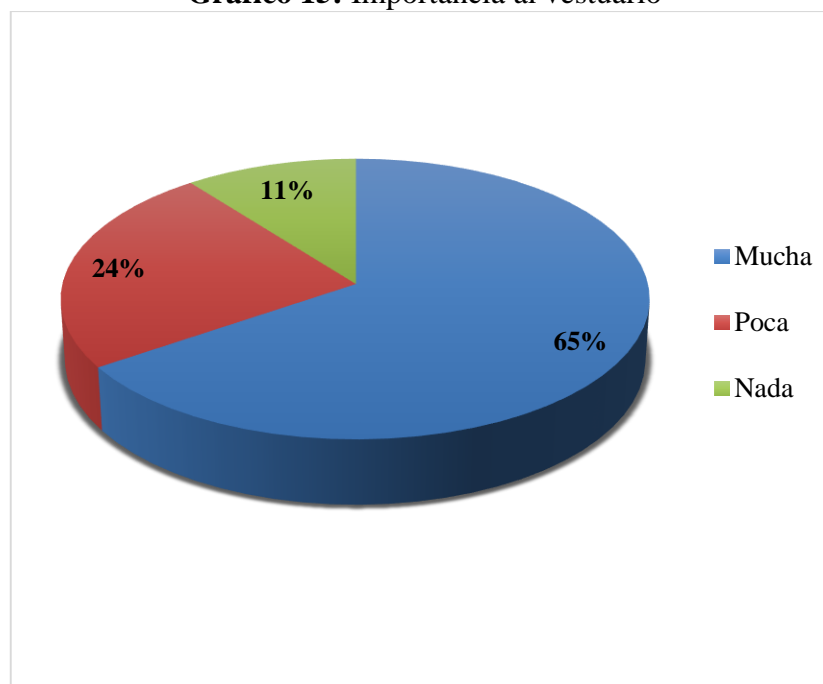
Tabla 17: Importancia al vestuario

Mucha	250
Poca	92
Nada	40
TOTAL	382

Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Gráfico 15: Importancia al vestuario



Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Se puede identificar a través de la aplicación de esta pregunta que el 65% de las personas encuestadas muestran mucha importancia al vestuario que utilizan, y el 24% de personas le prestan poca atención a este tema, y únicamente el 11% de los encuestados dice no prestar nada de atención este tema.

Pregunta N 4. ¿Cómo calificas la producción nacional de ropa?

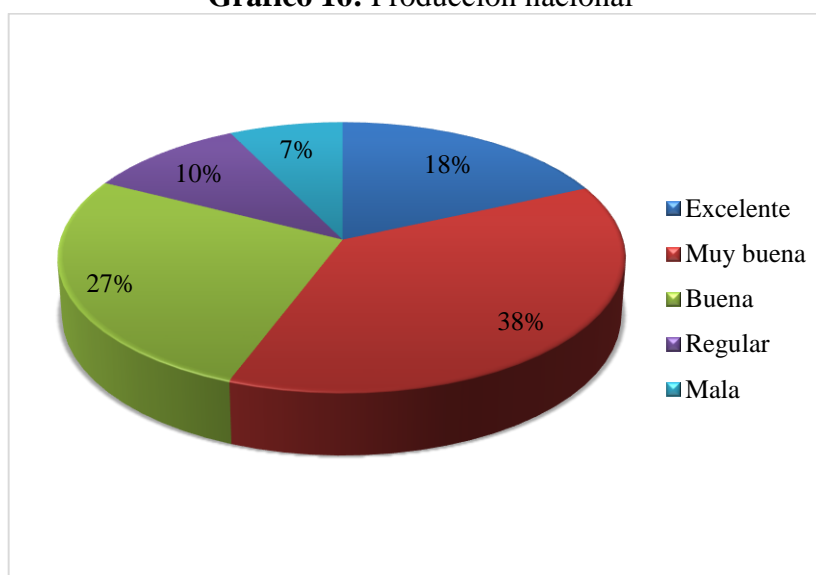
Tabla 18: Producción nacional

Excelente	70
Muy buena	143
Buena	102
Regular	39
Mala	28
TOTAL	382

Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Gráfico 16: Producción nacional



Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Las personas encuestadas concuerdan en que las prendas de vestir de producción nacional son muy buenas, lo que representa un 38%, el 27% afirma que la producción nacional es buena, únicamente el 18% cree que la producción nacional es excelente, el 10% de las personas encuestadas afirma que la ropa es regular y por último el 7% de las personas encuestadas asegura que la producción nacional es mala.

Pregunta N 5. ¿Qué tipo de prendas consume con más frecuencia?

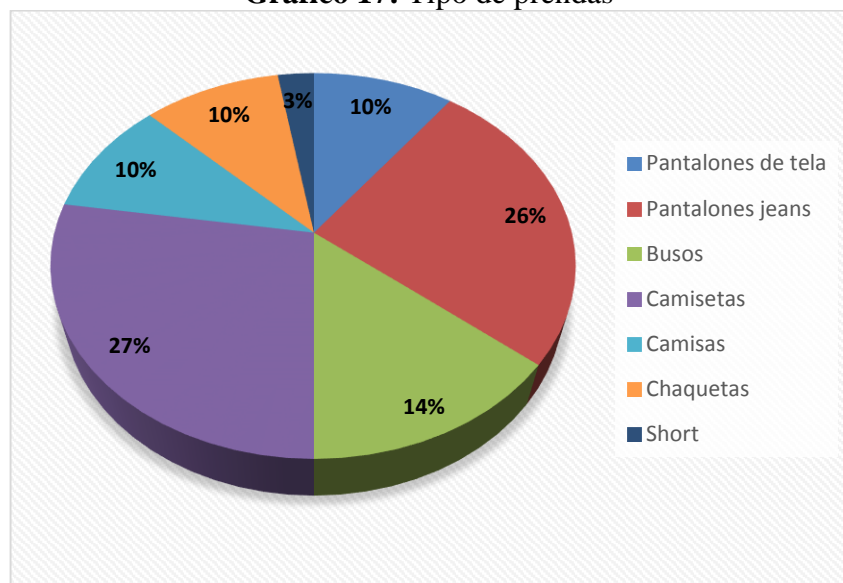
Tabla 19: Tipo de prendas

Pantalones de tela	39
Pantalones jeans	98
Busos	54
Camisetas	105
Camisas	38
Chaquetas	38
Short	10
TOTAL	382

Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Gráfico 17: Tipo de prendas



Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

El mayor porcentaje que se puede claramente evidenciar refleja que la mayoría de personas tiene una referencia hacia el uso de las camisetas, lo que da como resultado un porcentaje del 27%, seguido del 26% que representa a los jeans, el 14% representado por los buzos, y otros porcentajes bajos mismos que están representados por Camisas, chaquetas, pantalones de tela y short.

Pregunta N 6. Para adquirir ropa usted, toma la decisión en base a:

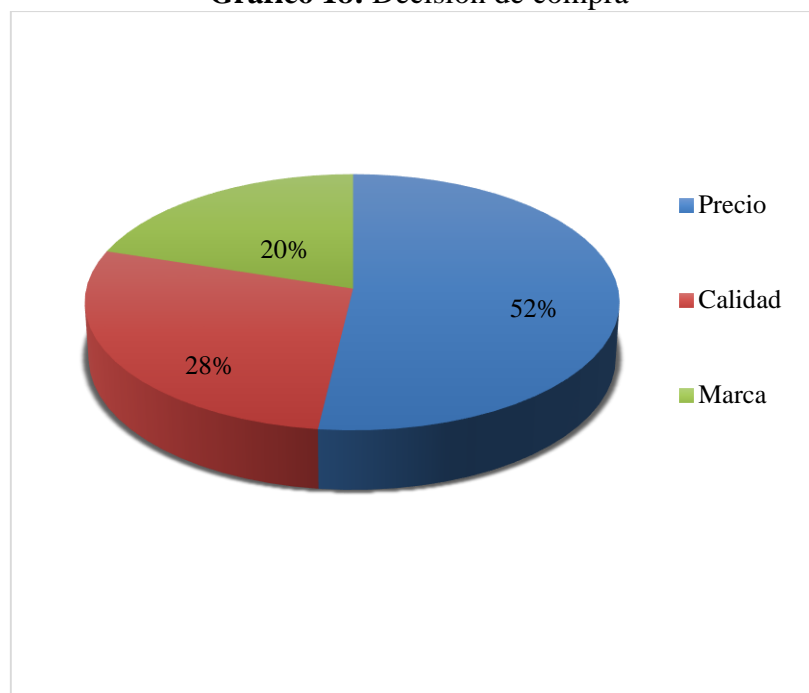
Tabla 20: Decisión de compra

Precio	248
Calidad	134
Marca	96
TOTAL	382

Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Gráfico 18: Decisión de compra



Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

El mayor porcentaje de los encuestados prefieren el precio con un 52%, mientras el 28% prefieren la calidad de las prendas a ser usadas, mientras que el 20% prefieren marca.

Pregunta N 7. Nombre cuatro sectores donde compra la ropa habitualmente

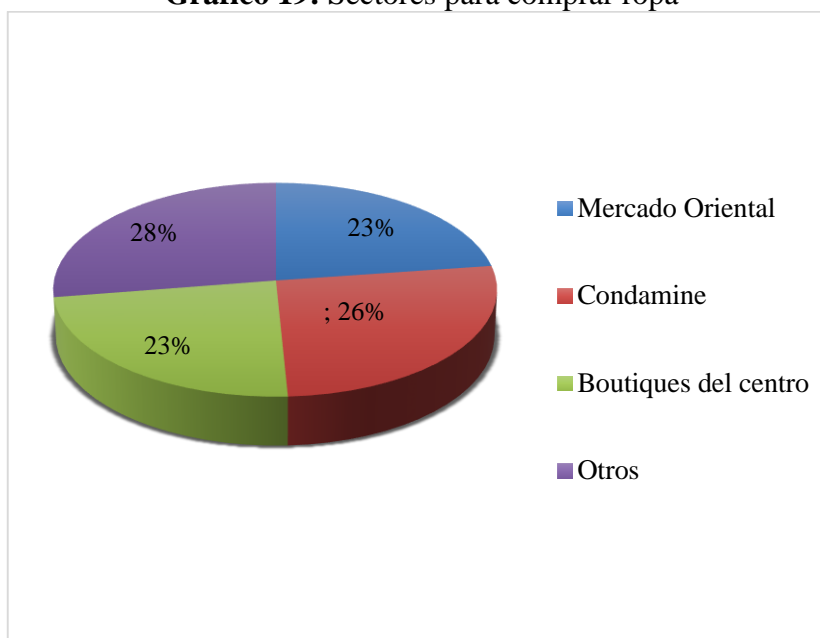
Tabla 21: Sectores para comprar ropa

1	Mercado Oriental	87
2	Condamine	101
3	Boutiques del centro	89
4	Otros	105
TOTAL		382

Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Gráfico 19: Sectores para comprar ropa



Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Se ha podido determinar que el 29% de las personas que realizaron esta encuesta realiza la compra de sus prendas de vestir en el mercado Oriental, seguido del 29% porcentaje que representa a las personas que realizan sus compras en el centro comercial la Condamine, el 21% de las personas dice realizar sus compras en las diferentes boutiques del centro de la ciudad, y un 17% que pertenece a otros.

Pregunta N 8. ¿Con qué frecuencia compra ropa?

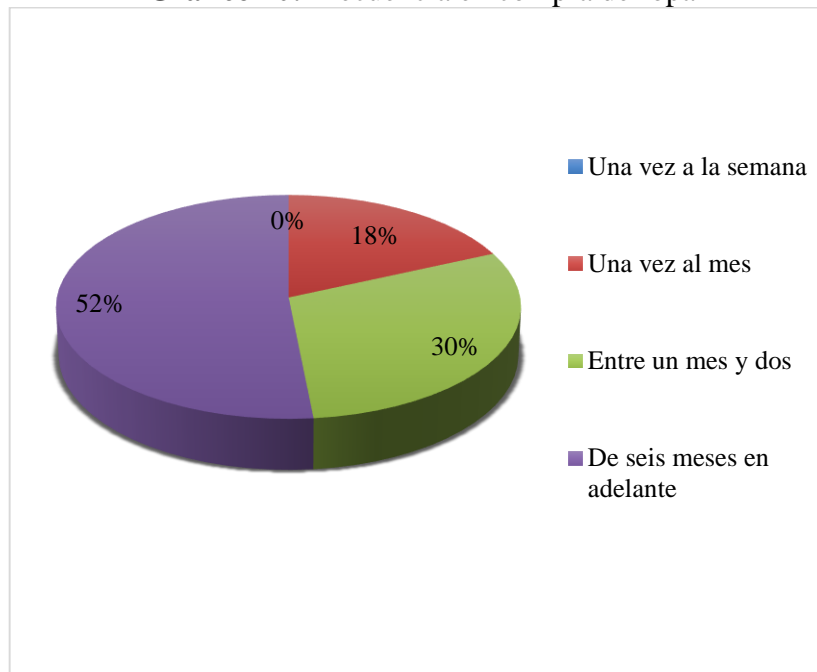
Tabla 22: Frecuencia en compra de ropa

Una vez a la semana	0
Una vez al mes	70
Entre un mes y dos	115
De seis meses en adelante	197
TOTAL	382

Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Gráfico 20: Frecuencia en compra de ropa



Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

El porcentaje del 52% al aplicar esta pregunta dice que adquieren su vestimenta cada seis meses en adelante, siendo este el porcentaje mayor, el 30% de las personas encuestadas dicen adquirir su ropa entre uno y dos meses, el 18% aseguran que adquieren su ropa al menos una vez al mes, y por último un porcentaje del 0% donde encontramos a aquellas personas que afirman no comprar ropa cada semana.

Pregunta N 9. ¿Cuánto gasta en el consumo de ropa?

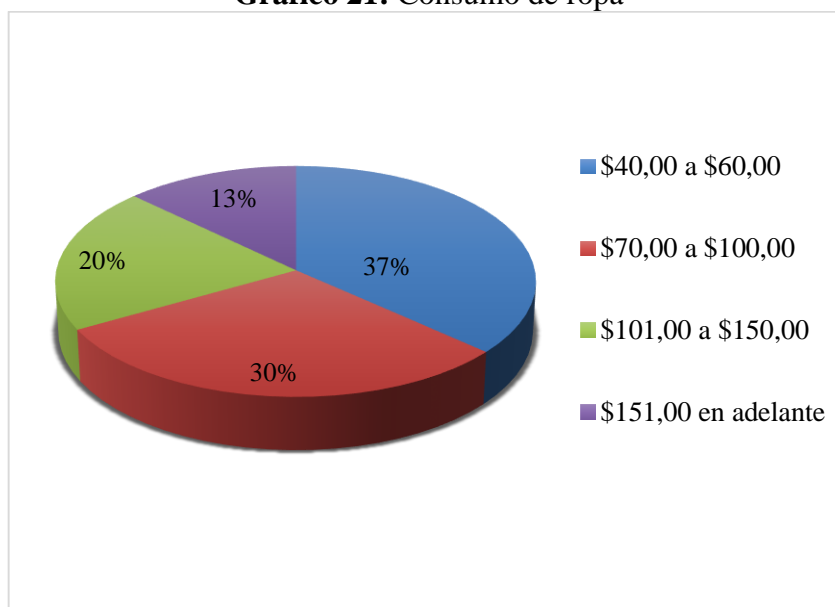
Tabla 23: Consumo de ropa

\$40,00 a \$60,00	140
\$70,00 a \$100,00	115
\$101,00 a \$150,00	78
\$151,00 en adelante	49
TOTAL	382

Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Gráfico 21: Consumo de ropa



Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

El 37% de las personas que fueron encuestadas coinciden en que el valor que gastan en la compra de prendas de vestir es de \$40,00 a \$60,00 dólares, mientras que el 30% afirma que en valor que gastan varía entre \$70,00 a \$100,00 dólares, el 20% afirma que el valor que gasta va desde los 101\$ a \$150,00 dólares en la compra de prendas de vestir, y por último el 13% afirma que gasta desde \$150,00 en adelante.

Pregunta N 10. ¿Qué medios de comunicación utiliza para informarte sobre la moda?

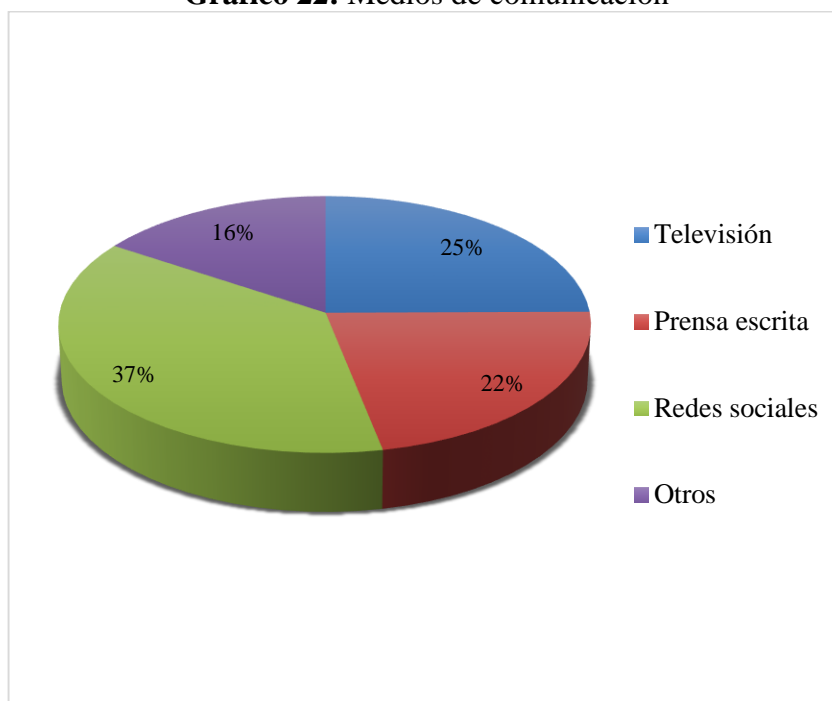
Tabla 24: Medios de comunicación

Televisión	95
Prensa escrita	84
Redes sociales	143
Otros	60
TOTAL	382

Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Gráfico 22: Medios de comunicación



Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

El 37% del total de encuestados asegura que el medio de comunicación más efectivo para informar sobre moda son las redes sociales, seguido del 25% de personas que piensan que el medio de comunicación más efectivo es la televisión, el 22% concuerdan en que se debería informar mediante prensa escrita, y el 16% corresponde a otros.

Pregunta N 11. ¿Cuál es la procedencia de la ropa que adquiere usted?

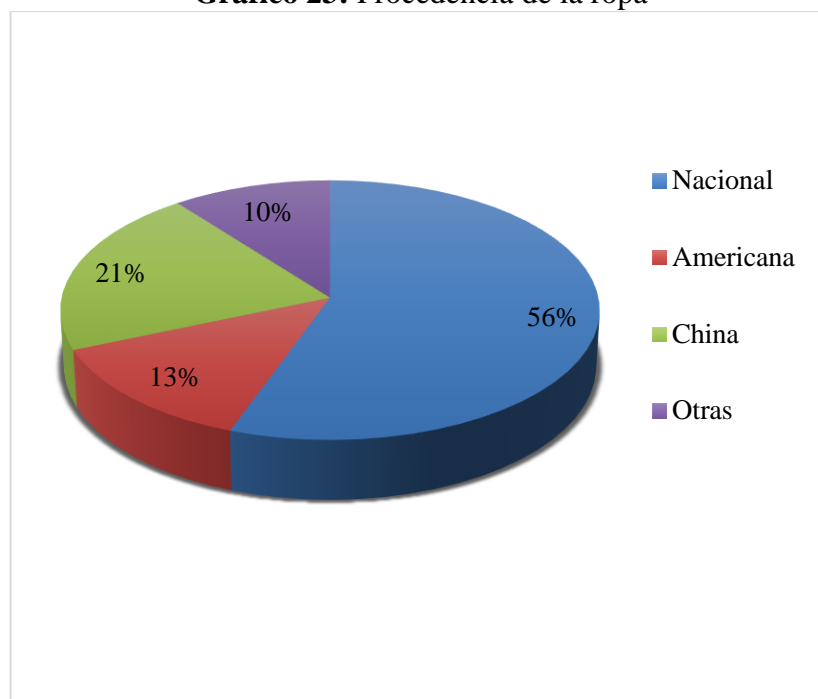
Tabla 25: Procedencia de la ropa

Nacional	212
Americana	50
China	80
Otras	40
TOTAL	382

Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Gráfico 23: Procedencia de la ropa



Fuente: Tabulación de datos

Elaborado por: La autora

Del total de las personas encuestadas el 56% mencionan que adquieren ropa nacional, mientras que el 21% adquiere ropa de procedencia china, el 13% adquieren ropa americana y solamente el 10% adquieren ropa de otra procedencia.

3.6 VERIFICACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER

RIESGOS	FORTALEZA
<ul style="list-style-type: none">• Crisis económica.• Competencia desleal• Políticas fiscales, laborales, ambientales cambiantes.	<ul style="list-style-type: none">• Innovación de productos• Productos de calidad• Maquinarias y tecnología de calidad• Infraestructura propia
AMENAZA	OPORTUNIDAD
<ul style="list-style-type: none">• Precios más bajos en el mercado.• Inexistencia de materia prima.• Proveedores limitados.• Cambios de precio en materia prima.	<ul style="list-style-type: none">• Mercado amplio en segmento de ropa cultural.• Aceptación del producto en el mercado.• Cambios constantes en la industria de la moda.• Fácil acceso a medios de comunicación

Fuente: Análisis de encuestas

Elaborado por: La autora

De acuerdo a las encuestas aplicadas se detectó que el 65% de los encuestados le dan mucha importancia a su vestuario, y a su vez en su mayoría el producto que más adquieren son las camisetas en un 27%, la cual nos permitirá realizar la diversificación de los productos en la empresa de la misma manera seguir innovando en los diseños de los productos de acuerdo a los cambios de la industria de la moda.

El 53 % de los encuestados toman decisiones para la compra de acuerdo al precio, y el 28% de acuerdo a la calidad del producto, la misma que permitirá fijar precios de acorde a la competencia a su vez manteniendo la calidad del producto.

El 37% de los encuestados dan a conocer que los medios de comunicación para informarse sobre la moda son las redes sociales, seguido por el 25% de los que utilizan la televisión como medios de comunicación con ellos podrá realizarse publicidad por estos medios.

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 TÍTULO

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS DE LA EMPRESA TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION, RIOBAMBA 2017-2020.

4.2 CONTENIDO DE LA PROPUESTA

Fases del plan de negocios



Elaborado por: La autora

4.3 RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene por objetivo elaborar un plan de negocios para la diversificación de productos para la empresa Textil New Blessings Corporation Cía. Ltda. En la cual se realizó un diagnóstico general de la entidad mediante el análisis FODA, las cinco fuerzas de Michael Porter, con el propósito de conocer el grado de eficacia con que la empresa responde a los aspectos internos y externos.

Mientras que en el estudio de mercado se direccionó las estrategias necesarias para la comercialización de la diversificación de productos mediante un análisis de la demanda potencial insatisfecha (DPI), es decir, la cantidad de clientes que demanda las prendas de vestir y la cantidad de oferta que existente actualmente en el cantón Riobamba.

También en la empresa Textil New Blessings Corporation Cía. Ltda, para incrementar sus ventas se desarrolló estrategias de marketing, mediante el marketing Mix o 4P, para un mayor posicionándose en el mercado. Finalmente se desarrollar un estudio operativo en la cual se establezca la diversificación de productos a través de la propuesta de cinco productos tales como Camiseta cuello de bandeja, camiseta cuello de tortuga maga larga, camiseta cuello Box, camiseta cola de pato y blusa cultural de mujer con bordado artesanal, para llevar a cabo con éxito la diversificación que inicia con el establecimiento de flujogramas, actividades administrativas, producción, ventas, manejo y cuidado de documentos. Finalmente en el aspecto financiero que determine la inversión requerida y el tiempo de recuperación de la inversión, la rentabilidad de la Compañía se recupera favorablemente dentro de los tres años proyectados, ya sea con la inversión propia o recursos propios de \$ 134.698,23 en VAN y TIR del 60.09%, pero con la utilización de un préstamo se obtiene \$ 125.328,52 en VAN y TIR de 50.95%, en la empresa se obtuvo una relación beneficio –costo de \$1.27 de recuperación y con un beneficio por cada dólar invertido, es decir que el proyecto de la comercialización en línea de los proyectos masivo es un proyecto aceptable, en cual se obtendrá ingresos beneficiosos para la institución.

4.4 ESTUDIO ESTRATÉGICO

4.4.1 Descripción de la empresa

Empresa Textil New Blessings Corporation se dedica a la elaboración y distribución de camisetas de cuello alto, en v, y redondo de toda talla para hombres, la cual es reconocida por el alto grado de calidad, diseño y acabados originales establecidos por un diseñador.

4.4.2 Visión

Ser una de las pioneras en posicionarse en el mercado como los productos innovadores, diversificados y de calidad, para obtener un reconocimiento dentro del sector industrial en la moda dentro del mercado nacional e internacional, cuya flexibilidad le permita atender a mercados, con diseños y colecciones de alta gama.

4.4.3 Misión

Diseñar, confeccionar y elaborar las prendas de vestir tanto para hombres y mujeres, la cual cuente con una alta gama de calidad, con el fin de ser reconocida a nivel nacional por la tendencia del mercado, logrando obtener la adecuada satisfacción de los clientes, establecido un entorno laboral estable contribuyendo en el desarrollo económico dentro del país.

4.4.4 Valores

La empresa Textil New Blessings Corporation los valores que aplican a sus trabajadores son:

Respeto.- Valorar y respetar a cada una de las personas que laboran en la empresa, cumpliendo de esta manera las normas y políticas internas establecidas por la institución.

Trabajo en equipo.- Estar siempre a disposición del equipo, con el fin de poder alcanzar y cumplir los objetivos establecidos, con resultados favorables tanto para la empresa como para el trabajador.

Responsabilidad Social.- Comprometerse con el uso racional y responsable de los recursos, con el fin de establecer productos que mejoren la calidad de vida, tanto colaboradores, clientes, y sociedades, mediante la competitividad de la empresa.

4.4.5 Objetivos

- Empresa Textil New Blessings Corporation, quien ser exitosa en el mercado, la cual ayude en generar fuentes de empleo.
- Ser reconocía y por ende mantener clientes fijos, a los cuales los productos se entreguen mediante pedidos.
- Entregar los productos dentro del tiempo establecidos, satisfaciendo a nuestros clientes con el producto en el tiempo requerido.
- Estar en continua cambio con los productos en relación a tendencia de la moda, y con las necesidades dentro de la sociedad, para mantener la producción y las ventas proactiva.
- Establecer los precios en relación al mercado competitivo, con la finalidad de obtener mejor aceptación por los posibles clientes.
- Ofertar los productos innovadores, elegantes y cómodos que estén de acorde al estilo de los clientes.

4.4.6 Principios corporativos

Dentro de los principios corporativos que establece la empresa Textil New Blessings Corporation son:

Calidad.- Obtener una calidad integrar dentro de los colaboradores, procesos y productos, en relación a las competencias de mercado y la exigencias establecidas por la globalización.

Innovación.- Adaptar al cambio, tratando de buscar la mejora continuamente, mediante la diferenciación competitiva, con la adecuada investigación, análisis y creatividad del producto.

Mejora Continua.- Tener una actitud la cual permita realizar acciones el cual ayude a mejorar los productos internos de la empresa, con el fin de obtener la satisfacción de los clientes.

Servicio.- Ofertar un servicio de calidad al momento de vender un producto, el cual cumpla con las expectativas del cliente con el producto de calidad, y por ende establecido un ambiente acogedor y agradable.

4.4.7 Logotipo

Un logotipo se los conoce como un signo visual en donde las personas identifican a que se refiere, caracterizando una marca comercial que es desarrollada por una palabra escrita la cual se caracteriza por una marca comercial, dando a conocer de esa manera la comercialización y venta.

La empresa Textil New Blessings Corporation, utilizan un logotipo, el cual les ayuda a identificar sus productos, en relación a la competencia.

El logotipo que utiliza en sus productos es:

Gráfico 24: Logotipo de Textil New Blessings Corporation



Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

4.4.8 Imagen corporativa

Para la imagen corporativa de la empresa Textil New Blessings Corporation, utilizan los productos estrellas que son reconocidos a nivel nacional por varios clientes.

A continuación, se detallan cuáles son los productos:

Productos que confecciona la empresa Textil New Blessings Corporation	
Para hombre y mujer	
 <p>B BLESSINGS best of the best</p> <p>Polo Cuello Redondo Marca Blessings Modelo T-shier Tela jersey 30/1 100% algodón</p>	 <p>B BLESSINGS best of the best</p> <p>Polo Box Camisero Marca Blessings Modelo Mesut Tela Jersey Pima 100% algodón</p>
 <p>nb new blessings we are the bets</p>	 <p>Blusa Cultura para Mujer</p>

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Diversificación de los productos propuestos para la empresa
Textil New Blessings Corporation



Para Hombres

Camiseta cuello de bandeja



Camiseta cuellos boss



Camiseta cola de pato



Camiseta cuello de tortuga



Para Mujeres

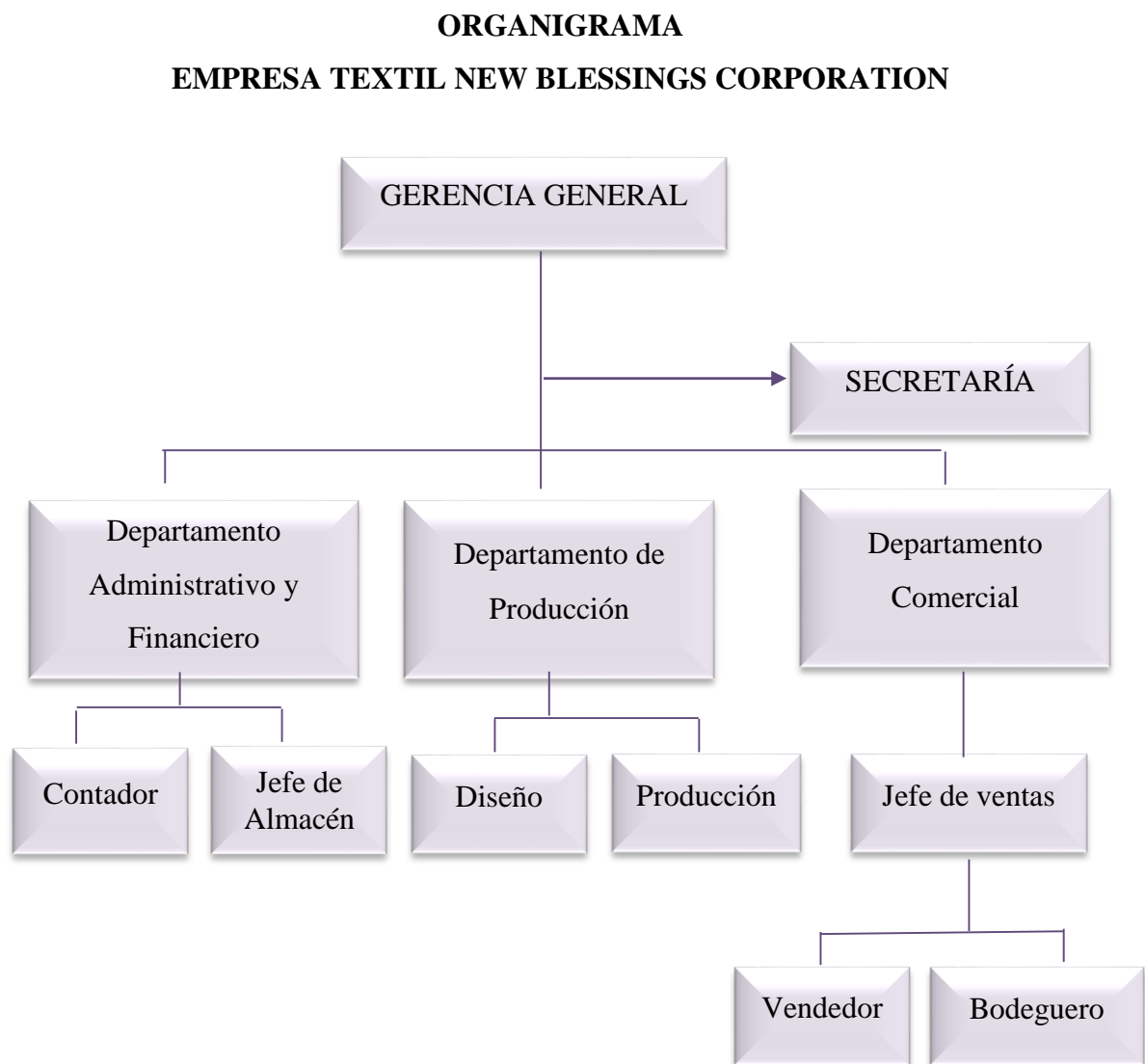
Blusa cultural con bordado artesanal



Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

4.4.9 Organigrama estructural

El organigrama estructural es donde se determinan los departamentos por los cuales se encuentran conformados la empresa, para cumplir con los objetivos planteados a corto y largo plazo.



Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Elaborado por: La Autora

A continuación, se detallan cada uno de las funciones que debe cumplir, dentro de los departamentos, con el fin de ir incrementando las ventas, y por ende impenetrar la rentabilidad, estableciendo que los trabajadores formen parte de las utilidades que se obtiene al final del periodo económico.

Gerente General.- Es la máxima autoridad dentro de la empresa, encargado de tomar las decisiones dentro de cada nivel organizacional, obtenido una responsabilidad muy alta, porque tiene la autoridad ante los trabajadores, ejercido manare directa.

Secretaria.- Es la mano derecha del gerente general, ya se encarga de revisar que esté en orden todos los archivos, y sobre todos informar las actividades que debe hacer y ayuda dentro del control a los departamentos.

Contador.- Esta encargado de las cuentas bancarias, los créditos, cobranzas, los registros contables y sobre todo que los materias para la producción estén cuando el personal lo requiera. También se encarga de que la empresa cumpla con todos los requisitos y obligaciones que debe cumplir con los entes de control.

Jefe de Almacén.- Se encarga del área de ventas y la adecuada coordinación el cual permite tener un control de las actividades de este departamento, las tarifas principales que realiza son las compras a los proveedores y elaborar los nuevos diseños en relación a la competencia.

Diseño.- Esta encargado de realizar los productos en relación a los nuevos diseños, los cuales debe estar acorde a las necesidades de los clientes y sobre todos debe estar en constante competencia con el mercado.

Producción.- Una vez que el diseñador estable el modelo del producto ellos está encargados de realizar la convención, con los productos de calidad y entregar a tiempo para la venta.

Jefe de ventas.- Esta persona esta responsable en velar que la atención al cliente sea buena, de igual forma está encargado de controlar la salida de mercadería con su respectivo cobro. De igual forma es el responsable de mantener el stock minimo de mercadería y desarrollar los respectivos pedidos.

Vendedor.- Es el encajado de distribuir el productos a los clientes en los tiempo establecidos, y también tratan de cumplir las metas planteadas en ventas.

Bodeguero.- Controla toda la mercadería existente, con el fin de mantener siempre la mercadería disponible en stock.

4.4.10 Reclutamiento del cargo

El perfil que deben tener las personas para ocupar los cargos que se necesita dentro de la empresa Textil New Blessings Corporation, debe ser:

El **Gerente General** debe ser Líder, capaz de realizar una planeación, organización y mantener una buena relación con los colaboradores, capaz de dirigir, planificar y coordinar con los trabajadores las actividades a realizar en los tiempos establecidos. El perfil que debe tener es Título profesional en Administración de Empresas, Comercial y Finanzas, con 2 años de posiciones o responsabilidad que estén similares o afines a la actividad, ver Anexo N° 6.

La **Secretaria** debe ser de total apoyo en las actividades de dirección, capaz de solucionar los problemas, y sobre todo mantener una buena comunicación con todos los empleados, elaborar los planes y programas para mejorar los productos, el perfil que debe cumplir es Estudios en contabilidad e informática y tener conocimientos en la Calidad de servicio al cliente, paquetes de office, por lo menos un año de haber trabajado, ver Anexo N° 3.

El **contador o contadora** tiene que tener conocimientos contables generales dentro de la contabilidad de costos, y de igual manera debe ser un apoyo para la gerencia al momento de tomar decisiones, desarrollar los balances financieros el cual ayude en la toma de decisiones. Por lo menos para acceder a este cargo de tener el título de contabilidad y Auditoría conocimientos en contabilidad de costo y sistema contable por los menos de dos años, ver Anexo N° 7.

Jefe de Almacén se encarga del área de ventas y la adecuada coordinación el cual permite tener un control de las actividades de este departamento, las tarifas principales que realiza son las compras a los proveedores y elaborar los nuevos diseños en relación a la competencia. Debe tener Título profesional en Administración de Empresas,

Comercial y Finanzas, por lo menos de 2 o 3 años en Planificación financiera, técnicas de Negociación, ver Anexo N° 8.

Diseñador se encarga de realizar los productos en relación a los nuevos diseños, los cuales debe estar acorde a las necesidades de los clientes y sobre todos debe estar en constante competencia con el mercado, además ofrecerles a tus clientes no solo tus propios diseños, sino también todos los diseños disponibles en el mercado. Debe tener el Título profesional en diseñador de moda, con una experiencia de 3 años en elaborar prendas de vestir para hombres y mujer, ver Anexo N° 9.

El personal de **producción** estará encargado de la elaboración de los arreglos florales de manera constante, los cuales serán diseñados con flores secas y naturales para todo tipo de evento u ocasión que el cliente los solicite, realizar adecuadamente los cortes y aparados en polo, camisetas, Jeans, bermudas. Tener conocimiento del sector artesanal y experiencia en el puesto, ver Anexo N° 10.

El Jefe de Ventas esta responsable en velar que la atención al cliente sea buena, de igual forma está encargado de controlar la salida de mercadería con su respectivo cobro. De igual forma es el responsable de mantener el stock mínimo de mercadería y desarrollar los respectivos pedidos. Tener conocimiento del sector artesanal y experiencia en el puesto, ser responsable en el mantenimiento de un programa sobre venta, ver Anexo N° 11.

Vendedor debe tener habilidades de tratar a los clientes y al público en general de manera amable, expresándose claramente, con una buena relación y buena presentación personal. Tener conocimiento del sector artesanal y experiencia en el puesto, capaz de asistir a las respectivas reuniones mensuales, con la finalidad de aprobar las decisiones tomadas, ver Anexo N° 12.

El **bodeguero** se encarga de controlar toda la mercadería existente, con el fin de mantener siempre la mercadería disponible en stock, debe majare la mercadería mediante el método promedio, controlar todas las ventas que se realizan estén mediante a los requerimientos del cliente. Tener conocimiento del sector artesanal y experiencia en el puesto, ver Anexo N° 13.

4.4.11 Proveedores

El formato que la empresa Textil New Blessings Corporation, deberá llevar para tener un control, de sus proveedores es:

Tabla 26: Adquisiciones de para los proveedores.

N°	Persona/Empresa	Producto	Calidad			Observación
			Regular	Bueno	Excelente	
1						
2						
3						
4						

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Elaborado por: La Autora

Son entidades o personas que abastecen a la empresa, con la materia prima necesaria para la realización de sus productos que se utilizan dentro de la producción.

4.4.11.1 Administración del personal

Contrato Civil de presentación de Servicio.- Es aquel que se realiza de forma mutua entre las partes relacionadas, en las cuales se establece la remuneración y la forma de pago por las prestaciones sociales para contrato.

Contrato a término indefinido.- Este tipo de contrato se los realiza por un acuerdo entre las partes, con un tiempo indefinido, especialmente para las personas que laboran dentro de la Administración y producción, este contrato se puede dar por terminado en caso de presentarse conflictos debía a lay, estableciendo como una causada principal para terminal el contrato.

Contrato a término Fijo.- Este contrato se lo conoce también como tiempo de prueba, con una duración de tres meses, en donde se analicen la entrega al trabajo y si cumplen con las metas establecidas, para que posteriormente sea renovado el contrato. Se aplica dentro de la empresa para los operadores y vendedores.

Política Salarial

La política salarial permite establecer de forma adecuada el salario a los trabajadores de la empresa Textil New Blessings Corporation las cuales son:

- El personal que debe ser contratado debe cumplir al 100% sus funciones.
- Debe cumplir con las disposiciones laborales vigentes.
- Definir una remuneración equitativa en relación a cada una de las actividades establecidas por la empresa, para cumplir con los objetivos establecidos.
- Establecer motivación a los trabajadores dentro del área laboral, con el fin de realizar eficientemente y eficazmente las actividades.

4.4.11.2 Seguridad industrial

Dentro de la seguridad industrial los trabajadores deben utilizar uniformes adecuados ya sea para los Administradores, producción y de ventas, los cuales deben ser modificados cada cuatro meses, agregando a las personas de producción unos Jeans y contará con los materiales necesarios, en la elaboración de los productos que elabora la empresa.

Es importante que el ambiente de trabajo sea utilizado como un factor esencial dentro del rendimiento de las actividades, mediante un ambiente confortable que se encuentre establecidos de acuerdo a las dimensiones necesarias, con el fin de que el trabajador se encuentre en un ambiente adecuado en desenvolverse de la producción y elaboración de los productos, con la maquinaria necesaria.

Para tener una adecuada seguridad industrial se debe tener en cuenta:

- Que el entorno de trabajo debe ser adecuado con un ambiente óptimo.
- Cada una de las tareas debe ser establecida de manera equitativa, como los respectivos cargos que ocupan las personas.
- Se debe utilizar el tiempo adecuado en la elaboración de cada una de las actividades, evitando tener tiempos ociosos dentro de la producción.

- Establecer una capacitación cada tres meses en donde ayude a mantener a los trabajadores contentos, y por ende mejor rendimiento.

La obligación de la empresa con los trabajadores es:

- Afiliar a los trabajadores en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), al momento de que ingresa a trabajar.
- Pagar el sueldo con todos los beneficios de ley.
- Es importante que se elabore un programa de seguridad Social, en el cual se establezcan el reglamento de higiene que se debe aplicar dentro de la confección.

La responsabilidad social empresarial de la empresa Textil New Blessings Corporation, es contribuir para la sostenibilidad de la intuición con los:

Socios: Con el adecuado aporte económico, permite medir la gestión empresarial, a la junta directiva sobre los procesos y los respectivos productos que elabora la empresa.

Empleados: Se debe establecer una remuneración de acuerdo a las actividades que va a desarrollar, promoviendo el crecimiento ya sea personal y profesionalmente dentro del ambiente laboral.

Proveedores: Siempre es importante realizar una comparación de precios, el cual beneficia a la empresa, con los productos de calidad, estableciendo una adecuada relación comercial.

Clientes: Siempre se debe entregar un producto de calidad, y garantizar el servicio, con el fin de que el cliente siempre vuelva adquirir el producto.

Comunidad: ayudar a contribuir en el desarrollo social y cuidado del medio ambiente, mediante el reciclaje empezando con los trabajadores encargado de no contaminar con los respectivos residuos sólidos.

Mediante la aplicación de la responsabilidad social empresarial, la empresa Textil New Blessings Corporation, será responsable dentro de la organización, ya que está ayudando a contribuir dentro del desarrollo de los productos a nivel nacional.

4.5 ANÁLISIS DE ENTORNO Y COMPETENCIA

El análisis de entorno y competencia parte con un estudio de la situación actual con la descripción de factores internos y externos que impactan positivamente o afectan negativamente a la organización. Además, permite conocer los factores exógenos que ayudan al desempeño de los colaboradores y a la productividad de la organización. Es un proceso que permite hacer un examen riguroso del estado de la empresa. Finalmente es una forma de validar el plan de negocios.

Para la empresa Textil New Blessings Corporation el análisis de entorno y competencia tiene los siguientes contenidos:

- Análisis FODA (Fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas)
- Análisis de las cinco fuerzas de Porter.

Objetivos del análisis de entorno y competencia

- Diagnosticar la situación actual de la empresa Textil New Blessings Corporation, a través de análisis FODA y las cinco Fuerzas de Porter.
- Conocer los factores sociales, económicos, políticos y ambientales

4.5.1 Análisis situacional

4.5.1.1 Análisis FODA

Tabla 27: Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
Creatividad y organización	Improvisación en los pedidos
Buena comunicación interna	Limitado capital de trabajo
Mano de obra calificada	Procesos establecidos en el área de producción
Maquinaria de punta	Impuntualidad de los colaboradores
Marca propia	Inestabilidad del talento humano
Oportunidades	Amenazas
Convenios de emprendimiento con instituciones públicas	Impuestos
Estabilidad política	Incremento de nuevas empresas
Feriados y días festivos	Competencia desleal de prendas de vestir
Materia prima de calidad	Tasas de interés altas
Nuevos nichos de mercados	Imposición de burocracia

Fuente: Textil New Blessings Corporation (2018)

Elaborador por: La autora

Las calificaciones indican el grado de eficacia con que la empresa responde a los aspectos internos y externos que tiene que enfrentar la empresa para llevar a cabo las actividades día a día. Donde;

La respuesta es superior cuando la calificación es 4, la respuesta está por arriba de la media cuando la calificación es 3, la respuesta es la media cuando la calificación es 2 y la respuesta es mala cuando la calificación es 1

Interpretación del análisis FODA

El total ponderado de fortalezas alcanza a 2.98 y debilidades alcanza a 2.12 está igual a la media de 2. El total ponderado de oportunidades alcanza a 2.48 y amenazas alcanza a 2,62 esta superior a la media 2. Por tanto, la empresa Textil New Blessings Corporation, tiene a su favor parámetros de innovación, calidad de productos y excelente servicio al cliente. Y debilidades la organización tiene como crítico la falta de capacitación a los trabajadores e individualismo. Oportunidades buscar nuevos nichos de mercado.

Tabla 28: Ponderación del análisis FODA

Combinación	Fortalezas	Debilidades
	F1: Creatividad y organización	D1: Improvisación en los pedidos.
	F2: Bueno comunicación interna	D2: Limitado capital de trabajo
	F3: Mano de obra calificada	D3: Procesos establecidos en el área de producción
	F4: Maquinaria de punta	D4: Impuntualidad de los colaboradores
	F5: Marca propia	D5: Inestabilidad del talento humano
Oportunidades	Estrategias – FO	Estrategias – DO
O1: Convenios de emprendimiento con instituciones públicas	Desarrollar un plan de capacitación para los operarios de la empresa acerca de la fabricación de prenda y de tal forma contar con clientes con capacidad de adquisición de materias primas y atención al cliente. (F6, O4)	Mejorar la productividad y competitividad de la empresa por medio de un talento humano especializado en la temática de gestión empresarial que influye directamente en el éxito, y en el incremento de fuentes de empleo. (D2, O5)
O2: Estabilidad política		
O3: Feriados y días festivos	Brindar calidad y variedad en la confección de la prenda través de la innovación constante en el diseño de las camisetas y blusas culturales, para lograr el posicionamiento en la mente del consumidor. (F3, O3)	Establecer alianzas estratégicas con empresas de alta trayectoria en el área de la confección frente al escaso financiamiento para implementar maquinaria de punta en la organización. (D1, O1)
O4: Materia prima de calidad		
O5: Nuevos nichos de mercados		
Amenazas	Estrategias – FA	Estrategias – DA
A1: Impuestos.	Negociar con proveedores para la compra de maquinaria de tecnología avanzada y así evitar la disminución en la producción de la confección. (F4, A4)	Realizar un análisis de las 5 fuerzas de Porter para determinar elementos que potencialicen la adquisición de materia prima de calidad. (D3, A4)
A2: Incremento de nuevas empresas		
A3: Competencia desleal de prendas de vestir	Establecer una estrategia de precios previo a un estudio de mercado para conseguir alta calidad y proporcionar márgenes de utilidad y rentabilidad para beneficio de toda la empresa. (F5, A4)	Indagar acerca de las fuentes de financiamiento más eficaces para poner en ejecución la diversidad de productos propuestos, debido a los cambios actuales presentados en la economía a nivel nacional. (D1, A1)
A4: Tasas de interés altas		
A5: Imposición de burocracia		

Elaborador por: La autora

4.5.1.2 Las cinco fuerzas de Michael Porter

Interpretación de las cinco fuerzas de Michael Porter

El signo (+), son aspectos y referencias que la empresa Textil New Blessings Corporation, debe considerarlas como amenazas. Mientras el signo (-) son semblantes que la empresa Textil New Blessings Corporation, debe considerarlas como oportunidades. Mediante el análisis situacional del modelo de las cinco fuerzas de Michael Porter, la empresa busca conocer y tener información de poder de negociación con los proveedores de las materias primas directas e insumos para la producción de las camisetas, jean y ropa para mujer y también pueden conocer las oportunidades que benefician a la empresa. Asimismo, estar pendientes de la amenaza de nueva empresa que realicen la misma actividad y los productos sustitutos que pueden ser adquiridos por los clientes y consumidores.

1.- Poder de negociación de los compradores o clientes. -La empresa Textil New Blessings Corporation, presta un servicio y atención excelente a los clientes. Además, de ofrecer productos de la calidad.

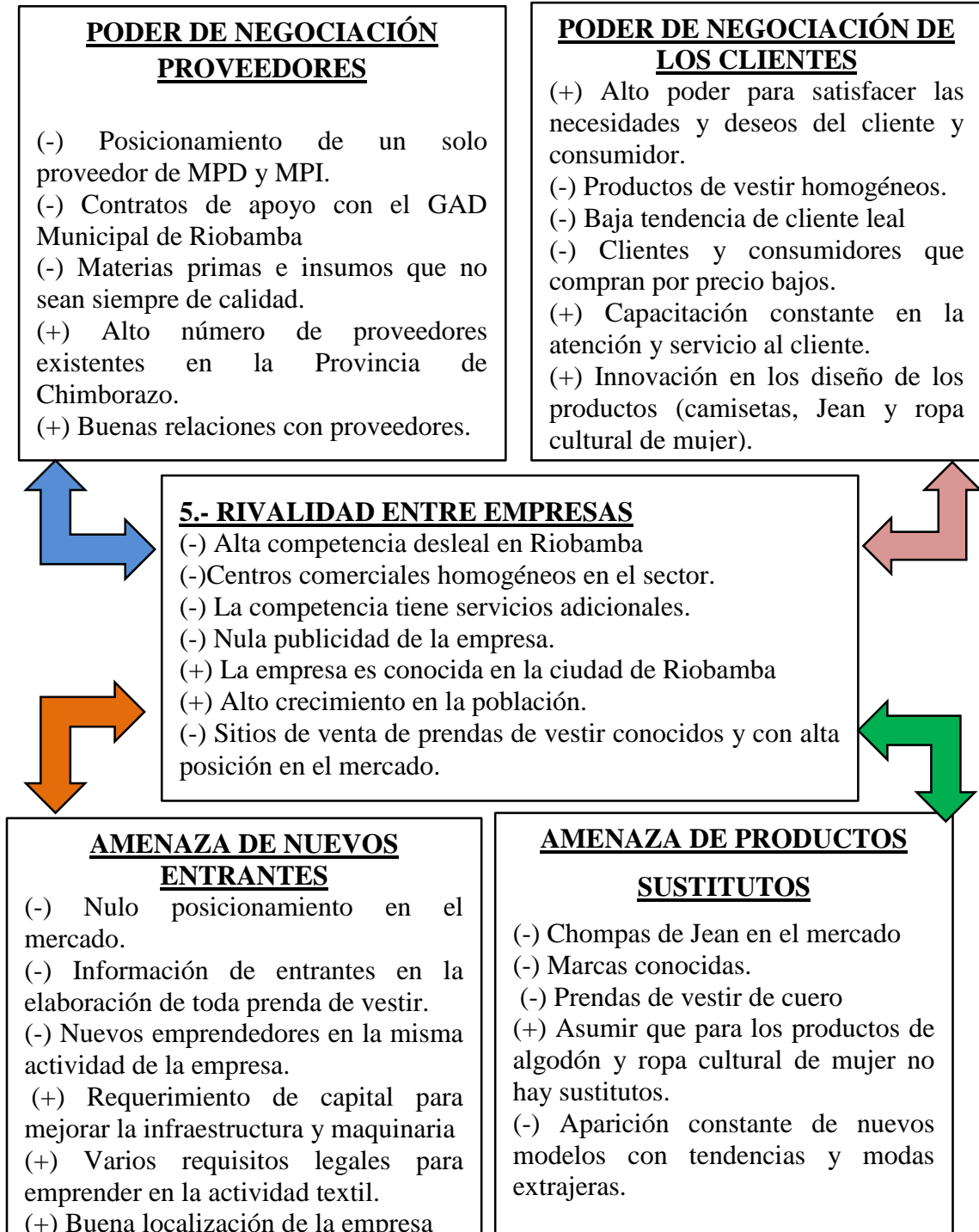
2.- Poder de negociación proveedores. - La empresa Textil New Blessings Corporation, se caracteriza por adquirir materias primas e insumos de calidad de proveedores de Guayaquil, Riobamba, Ambato y Colombia.

3.- Amenaza de nuevos entrantes. -La entrada de nuevas empresas puede estar condicionado por los requisitos legales, las patentes, las tasas de interés, la economía de escala y las políticas gubernamentales. Para la empresa Textil New Blessings Corporation las amenazas de nuevos entrantes son comerciantes de la provincia de Guayaquil y de Tungurahua.

4.- Amenaza de productos sustitutos. - Para la empresa Textil New Blessings las amenazas de productos sustitutos que tienen mayor peso son los siguientes: Chompas Jean, prendas de vestir en cuero, zapatos, para las damas bisutería y cosméticos.

5.- Rivalidad entre empresas. - Para la empresa Textil New Blessings los mayores componentes de competitividad son los centros comerciales posicionados en la ciudad de Riobamba, el mercado la Condanine, Mercado oriental, La concepción, entre otros.

Gráfico 25: Cinco Fuerzas de Michael Porter



Elaborador por: La autora

4.6 ESTUDIO DE MERCADO

A continuación, con el estudio de mercado la empresa tiene una herramienta estratégica para el posicionamiento de mercado, mediante aspectos económicos, sociales, cambios políticos, tecnológicos y ambientales, ya que al aplicar técnicas de mercado se puede alcanzar clientes fijos y a la vez nuevos nichos para establecer relaciones de intercambio de productos y servicios entre clientes, consumidores y empresas.

- Segmentación de mercado
- Determinación de la oferta y demanda de los productos.
- La demanda potencial insatisfecha (DPI),
- Aplicación del marketing mix o 4P (Producto, Precio, Promoción, Plaza)

Objetivos del estudio de mercado

- Caracterizar la oferta y la demanda
- Segmentar el mercado
- Aplicar estrategias de difusión, imagen corporativa a través del marketing mix o 4P
- Cuantificar demanda

4.6.1 Segmentación de mercado

Dimensión geográfica

Tabla 29: Dimensión geográfica.

Variable	Descripción
País	Ecuador
Región	Sierra
Provincia	Chimborazo
Ciudad	Riobamba

Fuente: INEC (2010)

Elaborado por: La autora

Dimensión demográfica

Tabla 30: Dimensión demográfica

Variable	Descripción
Genero	Masculino
Edad	12-40
Educación	Indeterminada
Profesión	Indeterminada
Clase social	Indeterminada
Región o nacionalidad	Indeterminada
Socioeconómico	PEA

Fuente: INEC (2010)

Elaborado por: La autora

Dimensión conductual

Tabla 31: Dimensión conductual

Variable	Descripción
Tipo de necesidad	Fisiológica
Objetivo de la compra	Satisfacción
Identidad con el producto	Si, con la marca
Actitud con el producto	Positiva

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

Dimensión Psicorgánicas

Tabla 32: Dimensión Psicorgánicas

Variable	Descripción
Quien decide comprara	Indistinto
Quien usa	Hombres / mujer

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

4.6.2 Oferta, demanda y demanda potencial insatisfecha

D: Demanda

O: oferta

DPI/ año: Demanda potencial insatisfecha al año

DPI/ día: Demanda potencial insatisfecha al año al día

4.6.2.1 Demanda

Para el cálculo de la demanda se toma como referencia a las mujeres indígenas de la provincia de Chimborazo, según INEC (2010) son aproximadamente 90.888(38%) de 239180 mujeres de la provincia, para el cálculo de la demanda se tomó al número total de mujeres indígenas de los habitantes, ya que con el plan de marketing se busca tener un posicionamiento a nivel provincial y nacional. Además, en la empresa se busca incrementar más productos para vender y uno de ellos es las blusas culturales con bordado artesanal para la mujer indígena. Bajo esa perspectiva, con la ayuda de la encuesta aplicada a los habitantes del cantón Riobamba. Se tomó la pregunta N 5. ¿En qué frecuencia utiliza blusa cultural? Para conocer la demanda del producto que se va a incorporar a la empresa. En donde, los encuestados manifiestan lo que se detalla a continuación:

Formula:

$$\text{Demanda} = \text{Total mujeres indígenas} * 67\% \text{ que siempre compran blusas culturales}$$

Tabla 33: Mujer indígena que utilizan siempre blusa cultural

Demanda de blusa cultural			
Alternativa	Frecuencia	%	90888 Habitantes
Siempre	256	67%	60895
A menudo	70	19%	17269
De vez en cuando	35	9%	8180
Ya no utilizo	21	5%	4544
Total Muestra	382	100%	90.888

Fuente: Investigación de campo

Elaborador por: La autora

Para la proyección de la demanda de los cinco próximos años se realizó con la tasa de crecimiento poblacional de la Provincia de Chimborazo, la misma que es del 2.2% según el INEC (2010) en donde, aproximadamente el 67% dicen que Siempre utilizan ropa cultural y esto representan a 60895 mujeres indígenas de Chimborazo, tomando en cuenta que la comercialización es para toda la provincia y a nivel nacional.

Formula: *Proyección de la demanda* = Siempre compran blusas culturales * tasa de crecimiento poblacional + año anterior.

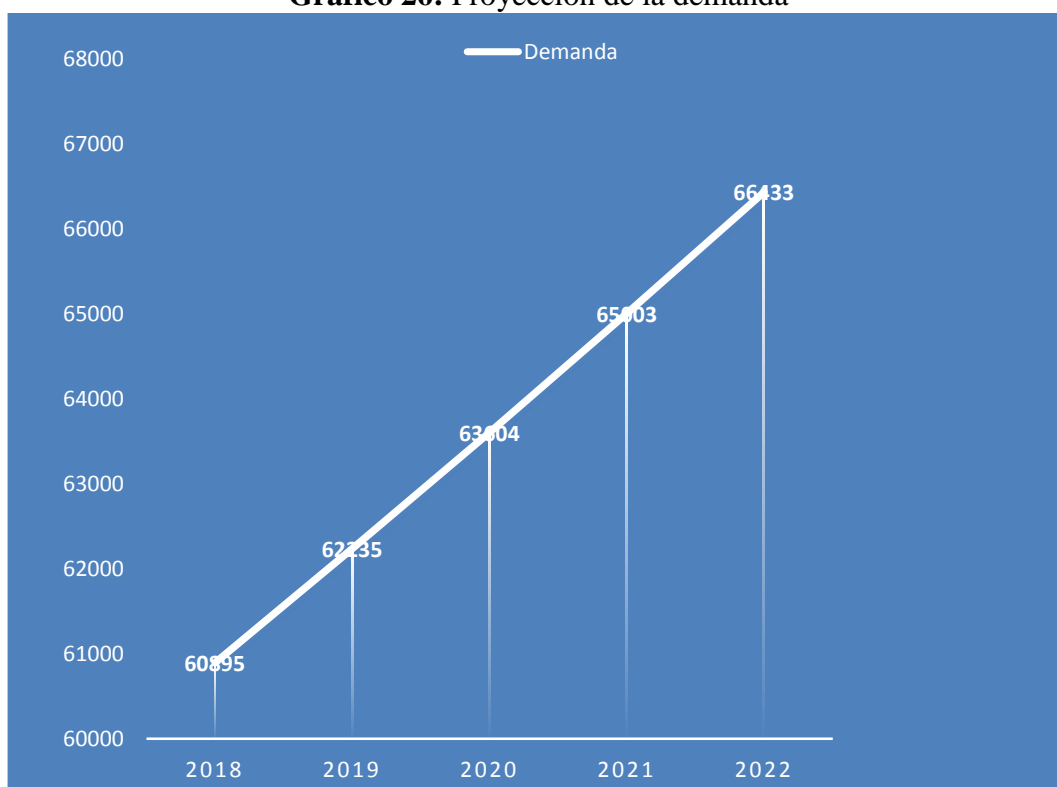
Tabla 34: Proyección de la demanda

Años	Demanda
2018	60895
2019	62235
2020	63604
2021	65003
2022	66433

Fuente: Investigación de campo

Elaborador por: La autora

Gráfico 26: Proyección de la demanda



Fuente: Investigación de campo

Elaborador por: La autora

4.6.2.2 Oferta

Para determinar la oferta se realizó una investigación de campo, en donde, se aplicó una observación y entrevista a cada uno de los centros comerciales, mercado y sitios que se vende todo tipo de ropa, del cantón Riobamba. Además de la encuesta aplicada para conocer los lugares que ofertan camisetas y blusas culturales.

A continuación, se detallan los principales ofertantes de productos en lo que respecta a blusas culturales y ropa en general.

Formula:

$$\text{Oferta al año} = 360 \text{ días del año} * \text{N}^{\circ} \text{ de prendas vendidas diario} * \text{N}^{\circ} \text{ clientes diario}$$

Tabla 35: Oferta de todo tipo de ropa en el cantón Riobamba

Ofertas de Ropa	Días de venta al año	Cantidad de ropa diario	Cantidad al año	Clientes diario	Clientes al año	Ropa
Condamine	360	2	720	2	1440	Ropa cultural
	360	3	1080	3	3240	Jeans
	360	2	720	2	1440	Otra ropa
	360	3	1080	3	3240	Camisetas
Mercado Oriental	360	4	1440	3	4320	Ropa cultural
	360	4	1440	3	4320	Jeans
	360	3	1080	3	3240	Otra ropa
La concepción	360	1	360	1	360	Camisetas
	360	1	360	1	360	Ropa cultural
Centro Comercial	360	3	1080	3	3240	Camisetas
Otros	360	4	1440	4	5760	Ropa cultural
	360	2	720	2	1440	Jeans
	360	3	1080	3	3240	Camisetas
Total oferta al año					35640	

Fuente: Investigación de campo

Elaborador por: La autora

Para la proyección de la oferta de los cinco primeros años se realizó con la tasa de crecimiento poblacional de la Provincia de Chimborazo el mismo que es del 2,2%. Se calculó la venta de la ropa en el periodo de un año, por tanto, para el primer año la oferta de los productos de todo tipo de ropa es aproximadamente a 38520 habitantes (clientes o consumidores) de toda la provincia de Chimborazo.

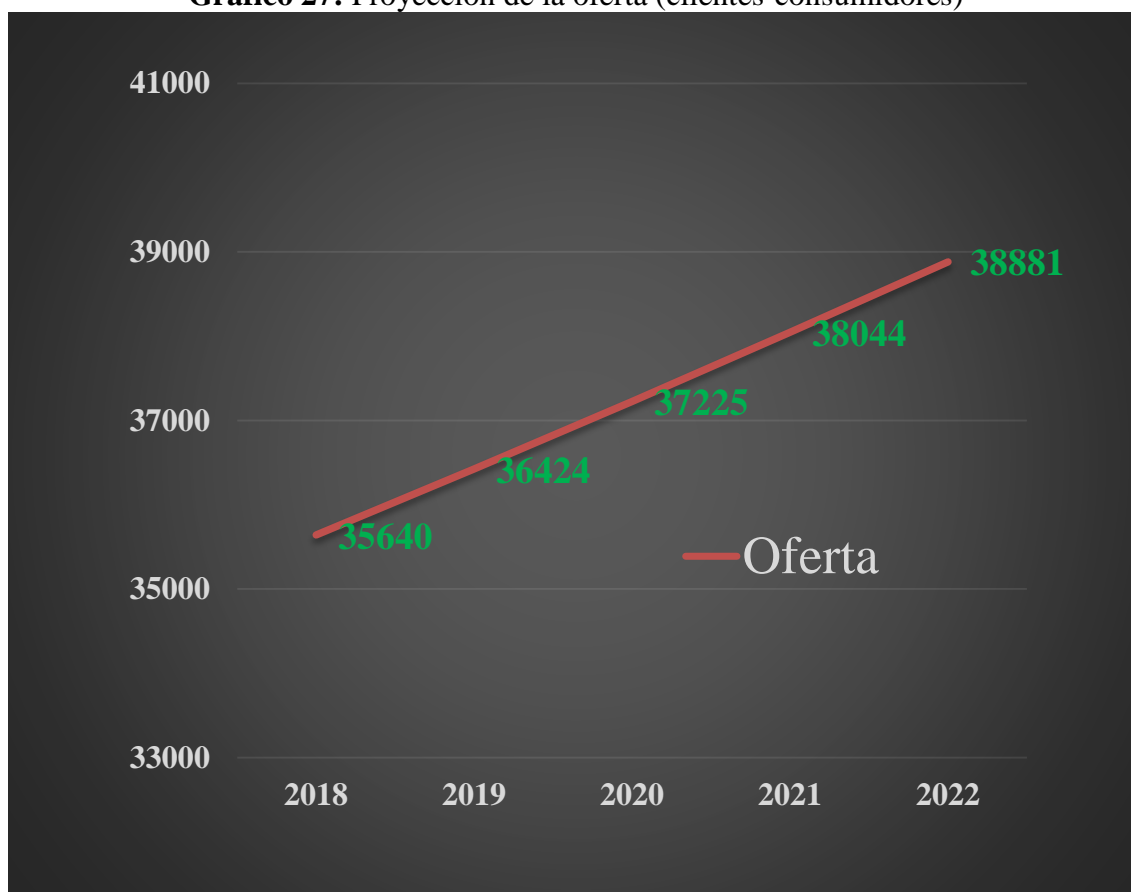
Tabla 36: Proyección de la demanda

Años	Oferta
2018	35640
2019	36424
2020	37225
2021	38044
2022	38881

Fuente: Investigación de campo

Elaborador por: La autora

Gráfico 27: Proyección de la oferta (clientes-consumidores)



Fuente: Investigación de campo

Elaborador por: La autora

4.6.2.3 Demanda potencial insatisfecha (DPI)

A continuación, se detalla la demanda potencial insatisfecha (DPI), es decir, la cantidad de clientes por año y por día que necesitan adquirir blusas culturales y que la cantidad de oferta que existente actualmente en el cantón Riobamba no alcanza a satisfacer las necesidades de vestuario y deseos de los habitantes de toda la provincia de Chimborazo. Por tanto, con el plan de negocios, se busca conocer técnicas de posicionamiento, nuevos mercados, la oferta, demanda de las blusas culturales, camisetas y la ropa en general. Finalmente satisfacer las necesidades y deseos de los clientes a nivel de la provincia y nacional. Se determinó la cantidad de clientes al año y diario que pueden comprar los productos, relacionado con todo tipo de ropa.

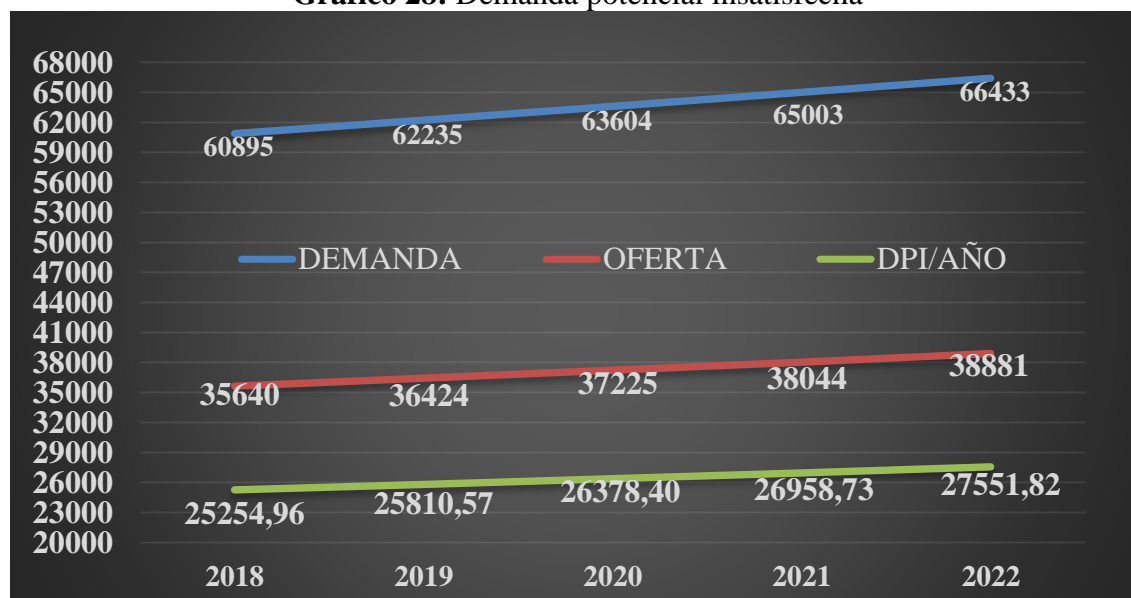
Tabla 37: Demanda potencial insatisfecha (DPI)

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DPI/AÑO	DPI / DÍA
2018	60895	35640	25254,96	69,19
2019	62235	36424	25810,57	70,71
2020	63604	37225	26378,40	72,27
2021	65003	38044	26958,73	73,86
2022	66433	38881	27551,82	75,48

Fuente: Investigación de campo

Elaborador por: La autora

Gráfico 28: Demanda potencial insatisfecha



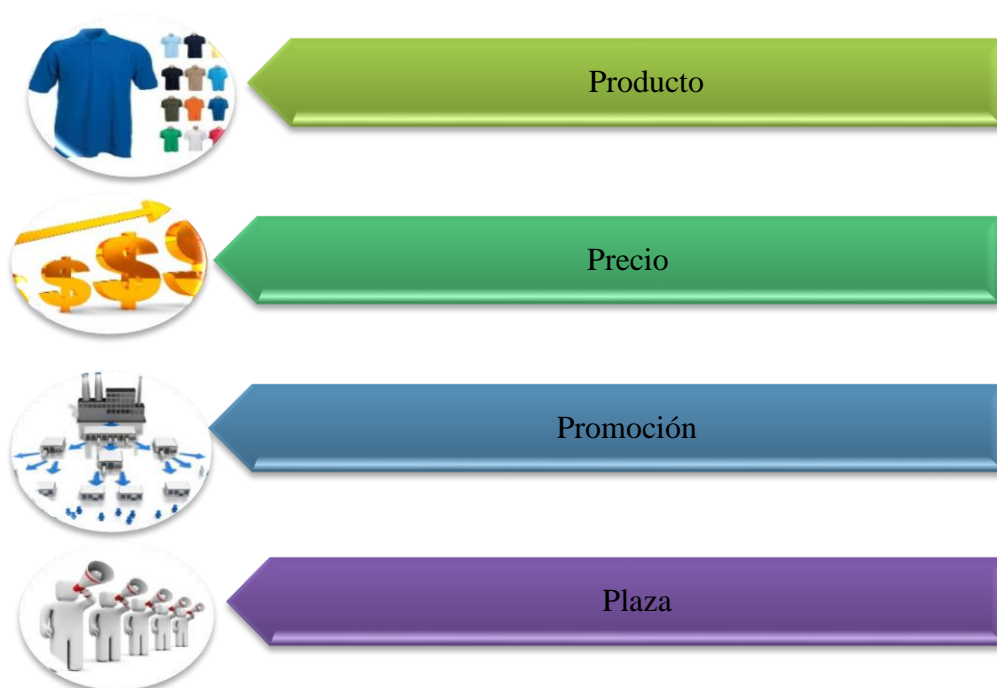
Fuente: Investigación de campo

Elaborador por: La autora

En el gráfico se observa que en el año 25254,96 personas pueden ser clientes y consumidores de las blusas culturales para la mujer indígena de la provincia de Chimborazo y todo tipo de ropa. Además, con respecto a la DPI diario aproximadamente 69 personas. Por tanto, con el plan de negocios de la empresa se pretende cubrir y satisfacer a estos clientes, con la comercialización de las camisetas, blusas culturales para la mujer indígena.

4.6.3 Marketing MIX o 4P

Gráfico 29: Marketing MIX o 4P








Elaborador por: La autora

4.6.3.1 Producto

La empresa produce casitas polo para hombres, que tiene la forma de camiseta o playera con cuello con manga corta. Algunos productos de la empresa tienen un diseño con una abertura en el frente y con tres botones para cerrar el cuello, también tiene un bolsillo en la parte izquierda de la camiseta.

Tabla 38: Diversidad de productos propuestos

Productos	Características
<p>Camiseta cuello de bandeja</p> 	<p>Marca Blessings 50% algodón y 60% poliéster Colores: Plomo claro, rojo, piple, negro</p>
<p>Camiseta cuello de tortuga manga larga</p> 	<p>Marca Blessings 100% algodón Colores: Humo, Acero, blanco , azul imperial</p>
<p>Polo cuello Box</p> 	<p>Marca Blessings 40% algodón y 60% poliéster Colores: Acero, rojo, blanco, azul marino</p>
<p>Camiseta cola de pato</p> 	<p>Marca Blessings 50% algodón y 60% poliéster Colores: Plomo claro, rojo, piple, negro</p>
Productos	Características
<p>Blusa cultural</p> 	<p>100% algodón y lino Color: blanco, con adornos de colores</p>

Elaborador por: La autora

4.6.3.2 Precio

Es importante mencionar que los precios para los clientes y consumidores están determinados por los parámetros establecidos en el mercado. Es decir, se establece la cantidad que están dispuestos a pagar y del convenio que lleguen a establecer el cliente y la empresa, con el propósito de satisfacer una necesidad o deseo.

Método de fijación de precios con orientación al costo

Los componentes para la fijación de precios están en función a los ingresos, costos y gastos, estimados a lo largo del plan de negocios, se ha tomado este método por que permitirán hacer un análisis de costos con la finalidad de proyectar estados financieros y evaluar la rentabilidad.

Formula

$$\text{Precio} = \frac{\text{Costo}}{(1 - \% \text{ Margen de utilidad})}$$

Tabla 39: Precio

Productos	Costo	Precios de venta al cliente
Camiseta cuello de bandeja	Desde \$ 5,53	\$8.00
Camiseta cuello de tortuga	Desde \$ 5,53	\$8.00
Camiseta cuello Box	Desde \$ 6,94	\$10.00
Camiseta cola de pato	Desde \$ 6,94	\$10.00
Productos	Costo	Precios de venta al cliente
Blusa cultural con bordado artesanal	Desde \$ 12.01	\$20,00

Elaborador por: La autora




4.6.3.3 Promoción

Objetivos de la promoción

- Vender más para generar ingresos para la empresa.
- Aplicar la estrategia de promoción es más accesible para una mayor difusión de la empresa de forma dinámica.
- Buscar fidelización en los clientes potenciales por su preferencia de compra.

Estrategia de promoción de la imagen corporativa

Tabla 40: Estrategia de imagen corporativa

Promoción a los clientes		
Carpeta	Gorra	Llavero
		

Elaborador por: La autora

A los clientes por la compra de más de \$ 100, 00 dólares se les promocionará una gorra y por una compra de igual \$50,00 dólares se le entregaran una carpeta, si el cliente realiza una compra de \$ 25 dólares recibirá un llavero de regalo.

Estrategia de publicidad en redes sociales

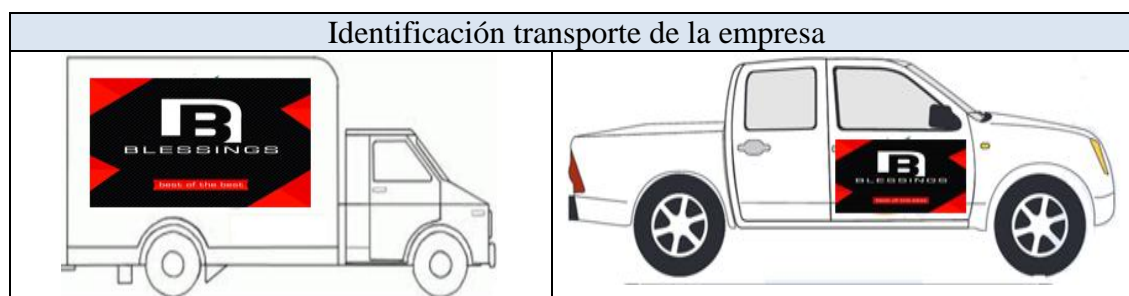
La estrategia para difundir los productos de la empresa es las redes sociales por la gran cobertura que tiene en las personas y porque es una manera muy económica de hacer publicidad.

Tabla 41: Estrategia de publicidad en redes sociales



Elaborador por: La autora

Estrategia de publicidad en los activos fijos depreciable de la empresa



Elaborador por: La autora

Estrategia de publicidad

Página Web

En la empresa se diseñó una página web para aplicar la publicidad on-line, en donde se da a conocer los productos y servicios, con la finalidad de captar nuevos clientes, ya que en la actualidad este medio se utiliza por varias empresas afines.

Táctica: Elaborar una página web con los productos actuales y propuesto, con el de dar a conocer a los futuros clientes.

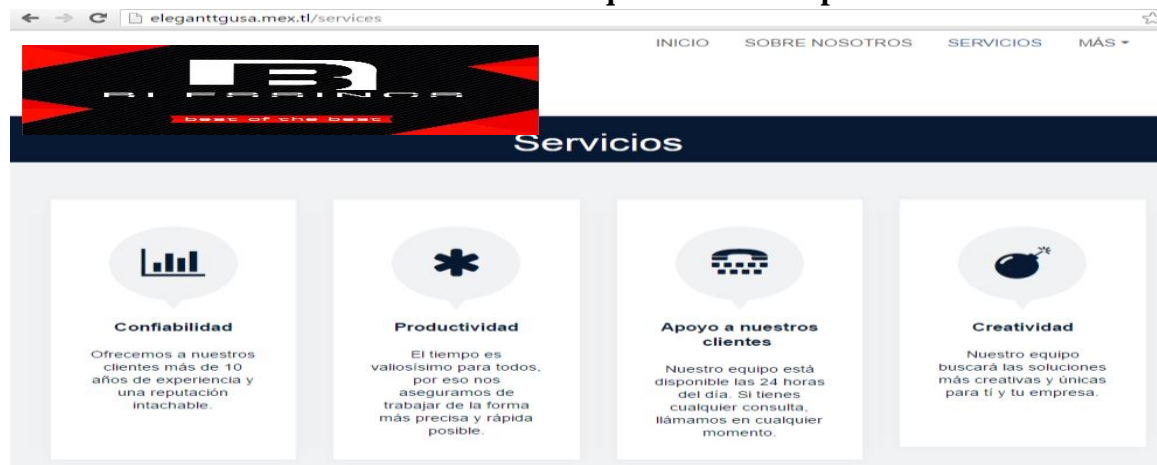
Modelo de la página web



Elaborador por: La autora

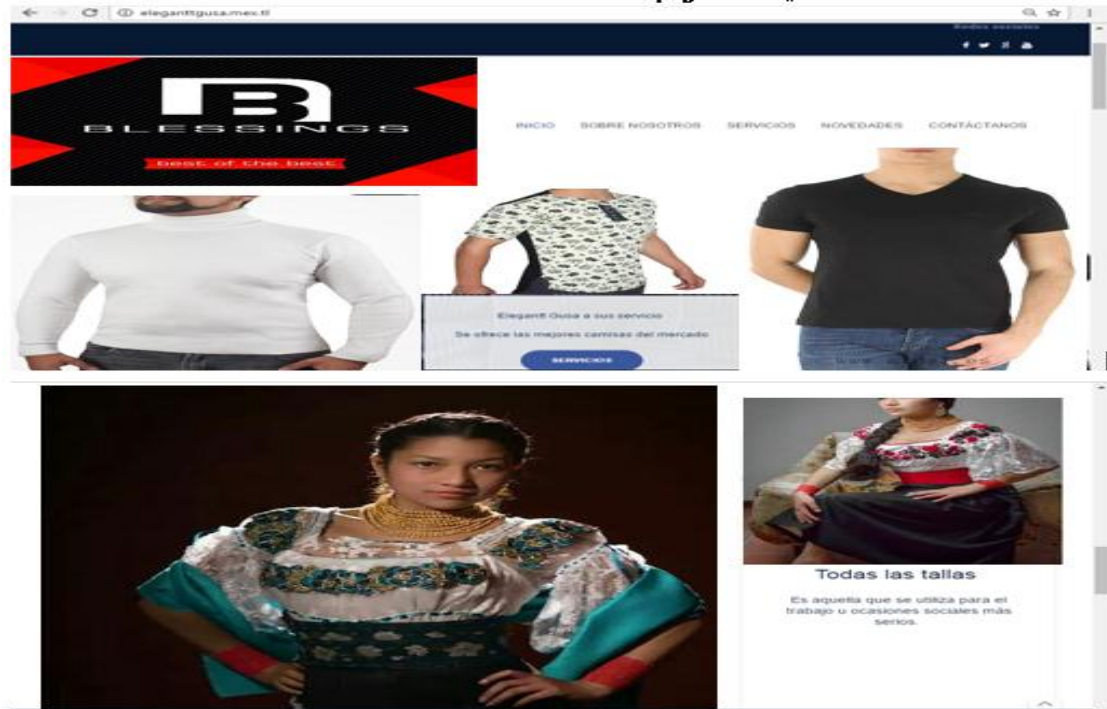
Servicios: Que ofrece la empresa con sus clientes.

Gráfico 30: Los servicios que ofrece la empresa



Elaborador por: La autora

Gráfico 31: Página web



Elaborador por: La autora

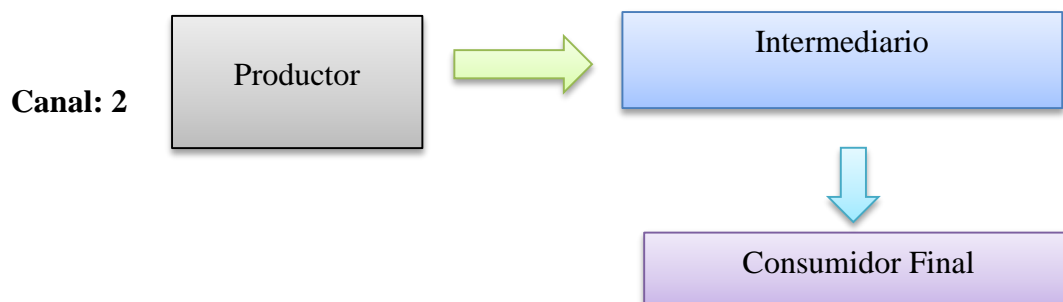
4.6.3.4 Plaza o distribución

Canales de distribución y comercialización de los productos

La empresa aplicara dos canales el primero consta de la distribución directa, el productor y el consumidor final o cliente.



Este canal consta del productor, intermediario y consumidor final o cliente



La distribución de los productos la empresa lo realiza de forma directa e indirecta a las siguientes plazas:

Producto de camisetas	Blusas culturales
Riobamba Bucay Machala Macas Puyo Tena	Quito Guayaquil, Riobamba Cañar

Elaborador por: La autora

4.7 ESTUDIO TÉCNICO

4.7.1 Tamaño del proyecto

Descripción de la infraestructura de la empresa Textil New Blessings Corporation

El diseño arquitectónico por la necesidad de diversificar los productos en la empresa va a tener un área de construcción de 472,5 m², dividida en dos plantas.

La planta baja tiene un área de 164,5 m², y la planta alta comprende un área de construcción aproximadamente 140m².

Planta baja

La planta baja de la empresa, se encuentra dividida en seis secciones como se presenta

Área de producción

Es un área de construcción de 64 m², en donde, servirá para el proceso de producción de los productos de la empresa, están ubicadas la máquinas de coser, la planchadora y todo lo que compete a la confección y diseño de los productos.

Bodega

Comprende un área de construcción de 30 m², es un espacio destinado para el almacenamiento de la materia prima e insumos

Área de despacho

Es un área comprendida de 5,5 m², que corresponde al espacio de despacho de los diversos productos de la empresa, a fin de cuantificar y de despachar los productos a los clientes.

Área de ventas

Área que comprende 12 m² de construcción, en dónde, se realizar los contratos de pedido del pedido el producto final. Además que se aplica estrategias de difusión y publicidad de los productos.

Vestidores

Con un área de construcción de 12 m², lugar que está disponible para el cambio o muda de vestimenta de los colaboradores, a la hora de entrada y hora de salida de los trabajadores.

Área de descarga de materia prima

Es un área de construcción de 25 m². La misma que está destinada para la descarga de la materia prima e insumos desde los camiones y camioneta una vez que se compra de los productores para la planta de producción.

Parqueadero

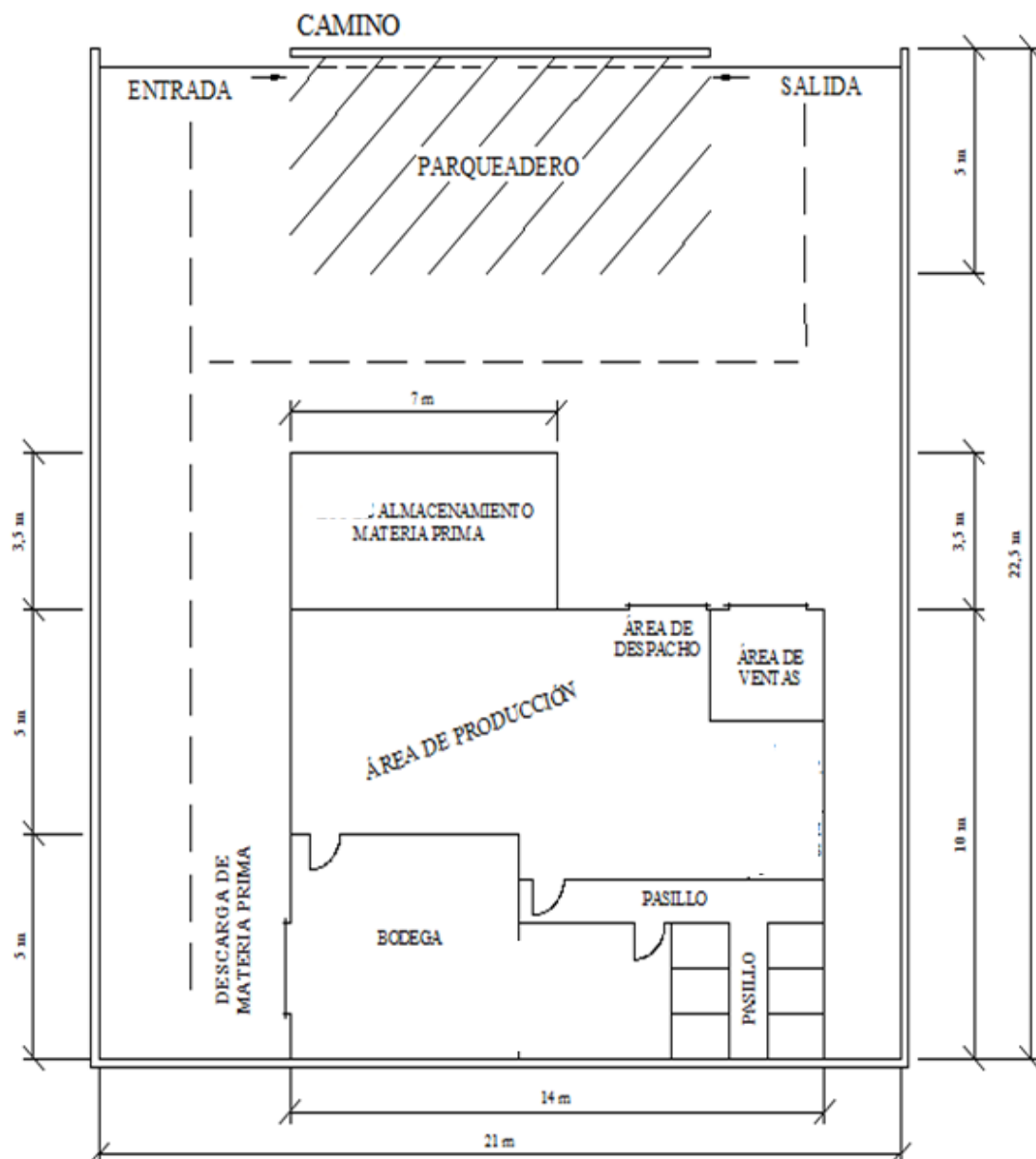
Las instalaciones de la empresa dispondrán de parqueadero para los trabajadores y clientes que adquieren los diversos productos de la empresa, esta área se ubicara en la parte frontal de la planta con un área aproximada de 50 m².

Área de tránsito vehicular

Es un área disponible para el recorrido de los vehículos dentro de la planta, es de aproximadamente 160 m² dentro de toda la empresa, el mismo que está al servicio de los clientes y colaboradores de la empresa.

4.7.1.1 Diseño de la infraestructura de la empresa

Distribución de la planta baja de la empresa



Elaborado por: La autora

Planta alta

Con la finalidad de satisfacer las necesidades de diversificar los productos, la empresa procede a organizar y a realizar las actividades y funciones por áreas de producción y administrativas.

Secretaria

El área de secretaria comprende de 12,5 m², donde dispone de información, envío y recepción de documentos y atención al cliente.

Área abierta

Ocupa una superficie de 50 m² en donde no existe ninguna construcción, ya que es un espacio que se utilizó en la planta baja, pero que en el futuro se ocuparía en la parte alta.

Sala de reuniones

Con una área de construcción de 12,5 m², destinada para llevar a cabo reuniones administrativas, operativas, marketing y financiero de la empresa.

Contabilidad

Es un área de construcción de 15 m², que favorecerá las direcciones administrativas y operacionales de los procesos de producción, de la correcta administración de esta área depende la rentabilidad de la empresa y el progreso de la misma.

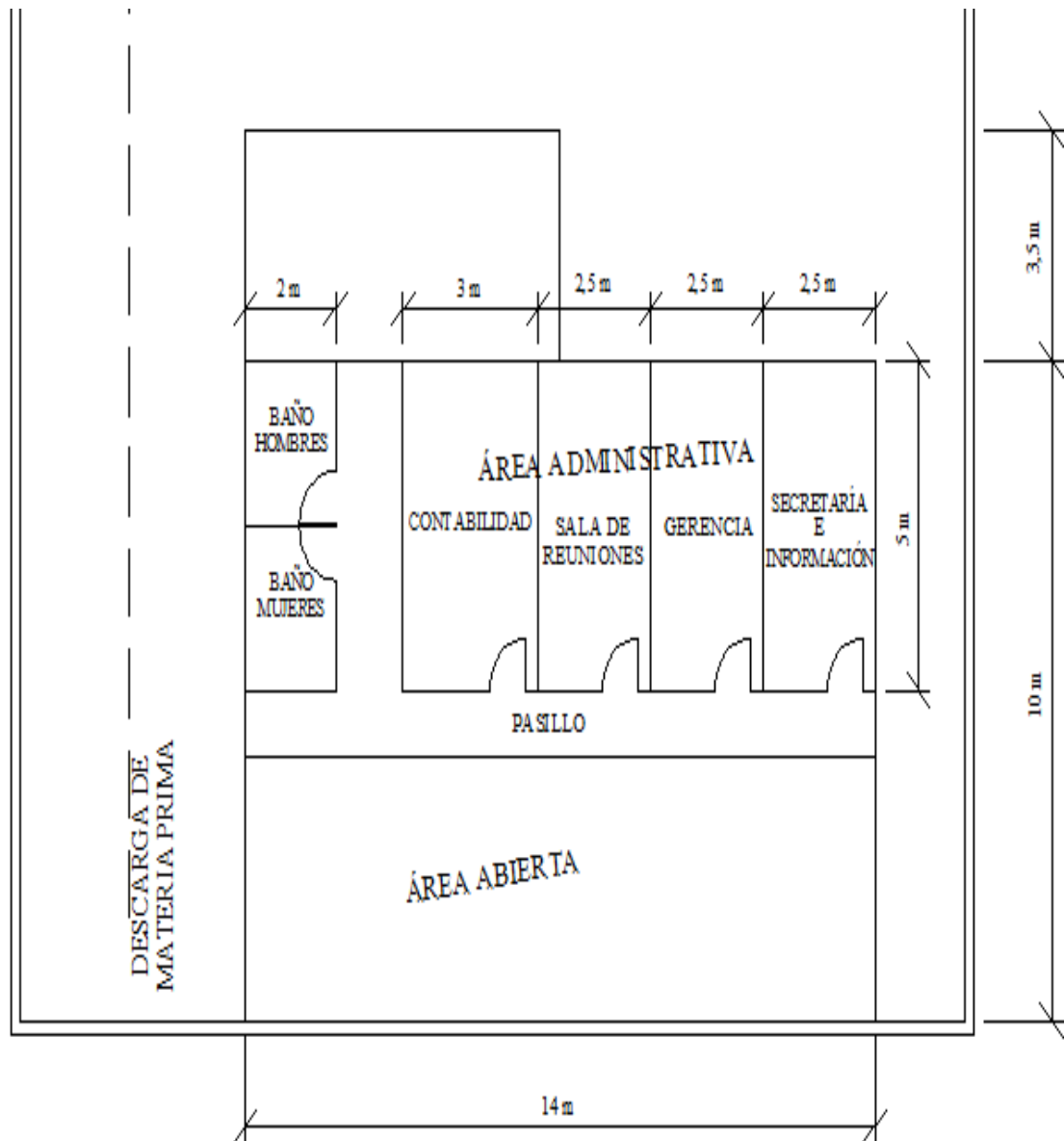
Gerencia

Comprende un área de 12,5 m², destinado para la gerencia general de la empresa, su correcta administración.

Servicios higiénicos

Es un área de construcción de 4,5 m² la misma que está dividida por un baño para mujeres y un baño para hombres, un espacio para el espejo y el lavabo.

Planta alta de la empresa



Planta alta

Elaborado por: La autora

4.7.2 Maquinaria

Tabla 42: Maquinarias que se utilizan en la producción

Maquinas	Descripción
	Máquina overlock \$ 1200 marca Genesy. Sirve para unir una pieza o dos piezas y el borde de la tela de una manera rápida, con el objetivo de tener las prendas de vestir completamente cerradas.
	Máquina Botonera \$ 3250 marca Hikari Es para hacer diferentes tipos de diseños de puntadas y para evitar dañar la costura.
	Máquina ojaladora \$ 1150 marca Jack. Sirve para diseñar y hacer ojales de diferentes tamaños, formas y se acciona manualmente y el pedal solo se usa para frenar el ciclo.
	Máquina recubridora \$1800 marca Siruba. Se usa para recubrir y hacer dobladillos en las prendas para que se haga más rápido y acabados perfectos.
	Máquina zig zag \$ 300 marca Singer. Cose en puntada recta, festón y zigzag de tres puntadas.
	Máquina recta \$850 marca Juki. Es para realizar una costura recta permite unir, pegar, pespuntiar y realizar puntadas internas de seguridad con la ayuda de la formación de puntadas enlazadas.
	Máquina recta \$ 850 marca Juki. Sirve para coser en recta, trazando un camino entre dos líneas paralelas.

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation (2018)

Elaborado por: La autora

4.7.3 Ritmo de producción

A continuación se detalla el ritmo de producción de la empresa, en dónde se toma en cuenta datos de la práctica e información histórica de la capacidad de las máquinas, el talento humano y el tiempo utilizado para confeccionar 20 prendas de cualquiera de los tipos de productos, para lo cual se considera los procesos principales como se detallan a continuación:

Tabla 43: Ritmo de Producción

Producción	Tiempos
Cortado	10
Estampado	22
Confección	27
Almacenado	21
Despacho	10
Total	90 minutos

Elaborado por: La autora

4.7.3.1 Capacidad de producción

En cuanto se refiere al tiempo estimado de la producción se detalla con la siguiente formula:

Capacidad de producción (CP)

CP= (8 horas de trabajo *60 min que lleva la hora/tiempo promedio)*0,8 eficiencia del trabajo* 0,85 capacidad efectiva

El tiempo efectivo para realizar 20 prendas de cualquier modelo es de una hora y 30 minutos. Pero si se considera el tiempo ocioso y espacios de espera el tiempo real es de 2 horas.

Tabla 44: La capacidad de producción de la maquinaria

Capacidad de Producción		Tiempo real	Tiempo efectiva
Eficiencia	80%	2 horas diarios	1 hora con 30 min.
Capacidad efectiva	85%		

Elaborado por: La autora

Tabla 45: Capacidad de producción de la maquinaria

CP=	8 horas	60 minutos	80 minutos	0,8 eficiencia	0,85 efectiva
CP=	5	8 horas *60 min/90 minutos			
CP=	4	Paradas			

Elaborado por: La autora

Bajo esa perspectiva, la maquinaria y el talento humano de la empresa tiene la capacidad de realizar 4 paradas de 20 prendas cada una, durante 8 horas laborables. La empresa produce en la actualidad el Poloron, Polos cuello redondo y la Polo Box Camisero.

A continuación con el plan técnico se busca la diversificación de productos de la Empresa Textil New Blessings Corporation, desde el día lunes hasta el sábado hasta la 13h00 se confeccionará las prendas de la siguiente manera.

Tabla 46: Días de distribución para la realización de los productos

Lunes			
Nº paradas al día	Detalle	Código	Número de producción
1	Camiseta cuello de tortuga	A001	20
2	Polo Box Camisero	B002	20
3	Camiseta cuello de bandeja	C003	20
4	Camiseta cuello Box	D004	20

Elaborado por: La autora

Martes			
N° entregas al día	Detalle	Código	Número de producción
1	Poloron	E 005	20
2	Polos cuello redondo	F006	20
3	Camiseta cola de pato	G007	20
4	Blusa cultural de mujer con bordado artesanal	H008	20

Elaborado por: La autora

Miércoles			
N° entregas al día	Detalle	Código	Número de producción
1	Camiseta cuello de tortuga	A001	20
2	Polo Box Camisero	B002	20
3	Camiseta cuello de bandeja	C003	20
4	Camiseta cuello Box	D004	20

Elaborado por: La autora

Jueves			
N° paradas al día	Detalle	Código	Número de productos
1	Poloron	E 005	20
2	Polos cuello redondo	F006	20
3	Camiseta cola de pato	G007	20
4	Blusa cultural de mujer con bordado artesanal	H008	20

Elaborado por: La autora

Viernes			
N° entregas al día	Detalle	Códigos	Número de productos
1	Camiseta cuello de tortuga	A001	20
2	Polo Box Camisero	B002	20
3	Camiseta cuello de bandeja	C003	20
4	Camiseta cuello Box	D004	20

Elaborado por: La autora

Sábado			
N° entregas al día	Detalle	Código	Número de producción
1	Poloron	E 005	10
2	Polos cuello redondo	F006	10
3	Blusa cultural de mujer bordado normal	I001	10
4	Blusa cultural de mujer con bordado artesanal	H008	10

Elaborado por: La autora

4.7.3.2 Detalle de los productos de la empresa

La producción es de lunes a viernes de lunes a sábado hasta las 13h00 es decir, 6 días, el sábado se produce 40 prendas mientras que de lunes a viernes 80 prendas diarias.

Tabla 47: Productos en la semana

Resumen total de productos en la semana			Mes	Año
Detalle	Códigos	Producción semanal		
Productos que confecciona la empresa actualmente				
Polos cuello redondo	F006	50	200	2400
Poloron	E 005	50	200	2400
Polo Box Camisero	B002	60	240	2880
Blusa cultural bordado normal	I001	10	40	480
La diversificación de productos propuestos				
Camiseta cuello de bandeja	C003	60	240	2880
Camiseta cuello de tortuga maga larga	A001	60	240	2880
Camiseta cuello Box	D004	60	240	2880
Camiseta cola de pato	G007	40	160	1920
Blusa cultural de mujer con bordado artesanal	H008	50	200	2400
Total anual de unidades				21.120

Elaborado por: La autora

Proyecciones de inflación

Para la proyección de las ventas de los próximos cinco se realizó con la tasa de inflación en el Ecuador desde enero del 2017 hasta enero del 2018, *Inflación 3,87%* fuente Banco Central del Ecuador (2017-2018)

Proyección de capacidad de producción


Tabla 48: Proyección de las ventas

Nombre de las prendas	Capacidad de producción Año 1	Tasa de inflación en el Ecuador año 2017-2018	Proyección Año 2	Proyección Año 3	Proyección Año 4	Proyección Año 5
Producción	21.120	3,87%	21.937	22.786	23.668	24.584
Total Unidades producidas	21.120		21.937	22.786	23.668	24.584

Elaborado por: La autora

Costos de producción

Tabla 49: Costos de producción

 <div> Textil New Blessings Corporation Costo de Producción </div>					
Materia Prima					
	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Subtotal	Total
Materia Prima y Materiales					\$ 2,50
Tela Prima	0,223	Kg	\$ 11,20	\$ 2,24	
Hilo	0,00333	Cono	\$ 2,10	\$ 0,01	
Materia Prima Indirecta					\$ 0,60
Etiqueta	1	Unidad	\$ 0,25	\$ 0,25	
Estampado	1	Unidad	\$ 0,10	\$ 0,10	
Avió	1	Unidad	\$ 0,20	\$ 0,20	
Instrucciones de uso	1	Unidad	\$ 0,05	\$ 0,05	
Total Materia Prima					\$ 3,10
Mano de Obra Directa e Indirecta					
Proceso	Cantidad	Unidad	Costo	Subtotal	Total
Servicio de maquilado	1	Unidad	\$ 0,65	\$ 0,65	
Acabados	1	Unidad	\$ 0,25	\$ 0,25	
Jefe de Producción	0,0005	Unidad	\$ 450,00	\$ 0,23	
Cortadora	0,0005	Unidad	\$ 150,00	\$ 0,08	
Agente Vendedor	1	Unidad	\$ 0,64	\$ 0,64	
Gerente	0,0005	Unidad	\$ 700,00	\$ 0,35	
Total					\$ 2,19
Costos Indirectos de Fabricación					
	Cantidad		Costo	Subtotal	Total
Dep. Maquinaria	0,0005		\$ 129,83	\$ 0,06	
Dep. Equipo de oficina	0,0005		\$ 15,20	\$ 0,01	
Gasto servicios Básicos	0,0005		\$ 60,00	\$ 0,03	
Total Costos Indirectos de Fabricación					\$ 0,10
TOTAL COSTOS					\$ 5,40

Elaborado por: La autora

Activo fijo depreciable

Vehículo

Para la diversificación de los productos en la empresa, nace la necesidad de adquirir un vehículo para el transporte de la materia prima, insumos y transporte de los productos.

Tabla 50: Vehículo

Vehículo	Cantidad	Precio	Valor anual
Camión	1	\$25,000	\$ 25,000

Elaborado por: La autora

Muebles y enseres

Tabla 51: Muebles y enseres

Descripción	Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio	Unidad	1	\$ 140	\$ 140
Silla ejecutiva	Unidad	1	\$ 120	\$ 120
Sillas de espera y atención al cliente	Unidad	4	\$ 60	\$ 240
Teléfono	Unidad	1	\$ 70	\$ 70
Archivador	Unidad	1	\$ 40	\$ 40
Total				\$ 610

Elaborado por: La autora

Equipo de cómputo

Tabla 52: Equipo de cómputo

Descripción	Detalle	Cantidad anual	Valor Unitario	Valor Total
Computadora	Unidad	1	\$ 1.050	\$ 1.050
Impresora	Unidad	1	\$ 350	\$ 350
TOTAL				\$ 1.400

Elaborado por: La autora

Gastos

Tabla 53: Promoción

Descripción	Frecuencia de Compra anual	Valor Unitario	Valor Total
Llaveros	100	\$ 150,00	\$ 450
Gorras, carpetas	100	\$ 200	\$ 200
TOTAL			\$ 650

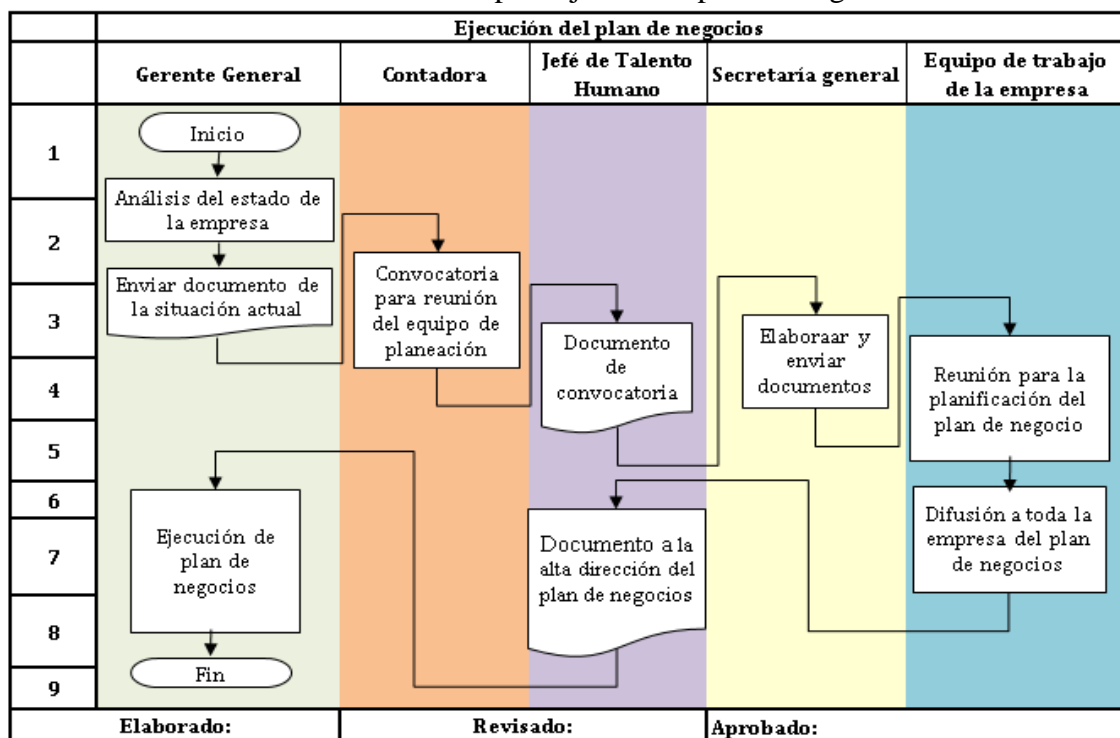
Elaborado por: La autora

4.7.4 Flujogramas de procesos

4.7.4.1 Proceso para la ejecución del plan de negocios

A continuación se presentó el proceso para la ejecución del plan de negocios en la empresa. Con el objetivo de que el proyecto de investigación sea de beneficio para la empresa y alcanzar el grado de viabilidad en un periodo determinado. Los responsables de llevar a cabo la ejecución del plan de negocios deben cumplir con los procesos detallados en el flujograma y los responsables son la alta dirección de la empresa el gerente general, la contadora encargada de realizar los respectivos informes, documentos y convocatorias, el responsable de talento humano, y la ejecución es por cada uno de los miembros o equipo de trabajo de la empresa.

Gráfico 32: Proceso para ejecutar el plan de negocios

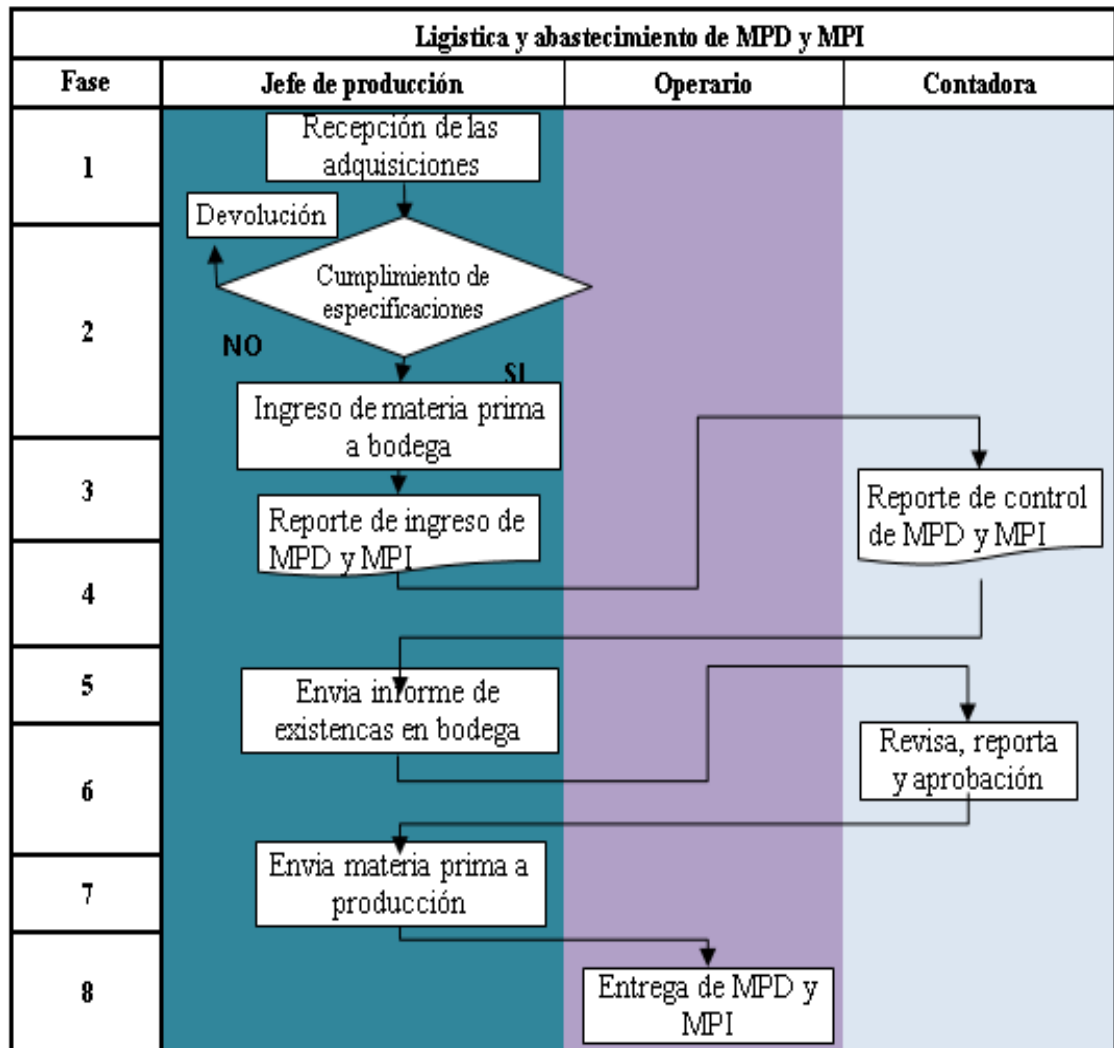


Elaborado por: La autora

4.7.4.2 Procesos área de producción

Procesos de logística y abastecimiento de MPD y MPI

Gráfico 33: Procesos de logística y abastecimiento de MPD y MPI

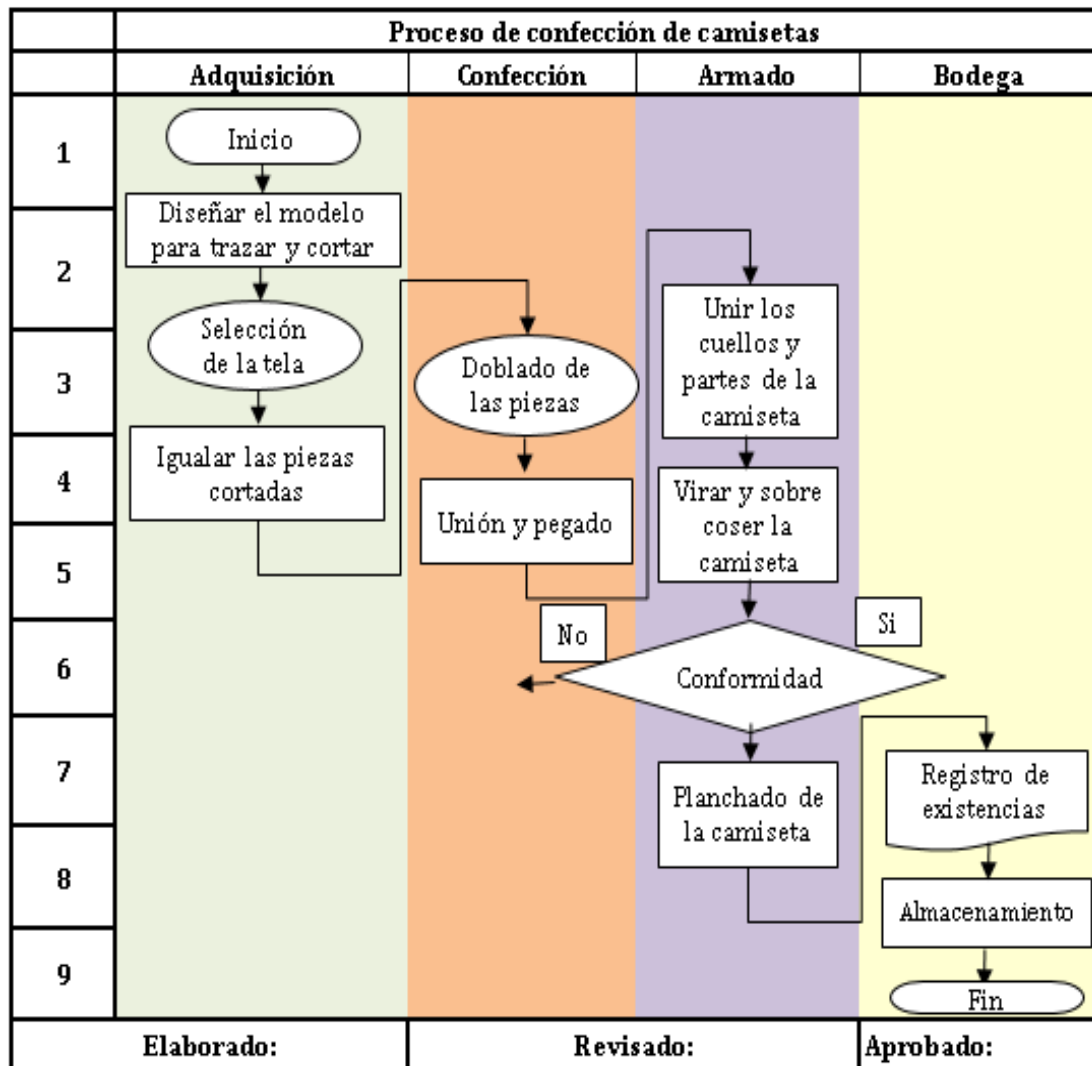


Elaborado por: La autora

Para la producción de las camisetas y la blusa cultural la empresa tiene que tener un control de las materias primas directas y de los insumos. Es decir, controlar las que ingresan a la empresa, las que están en existencias y las que van a ser utilizadas para un lote determinado de producción. Los responsables para esta actividad son el jefe de producción, el bodeguero y el contador.

Proceso elaboración de camiseta

Gráfico 34: Proceso de elaboración de camiseta

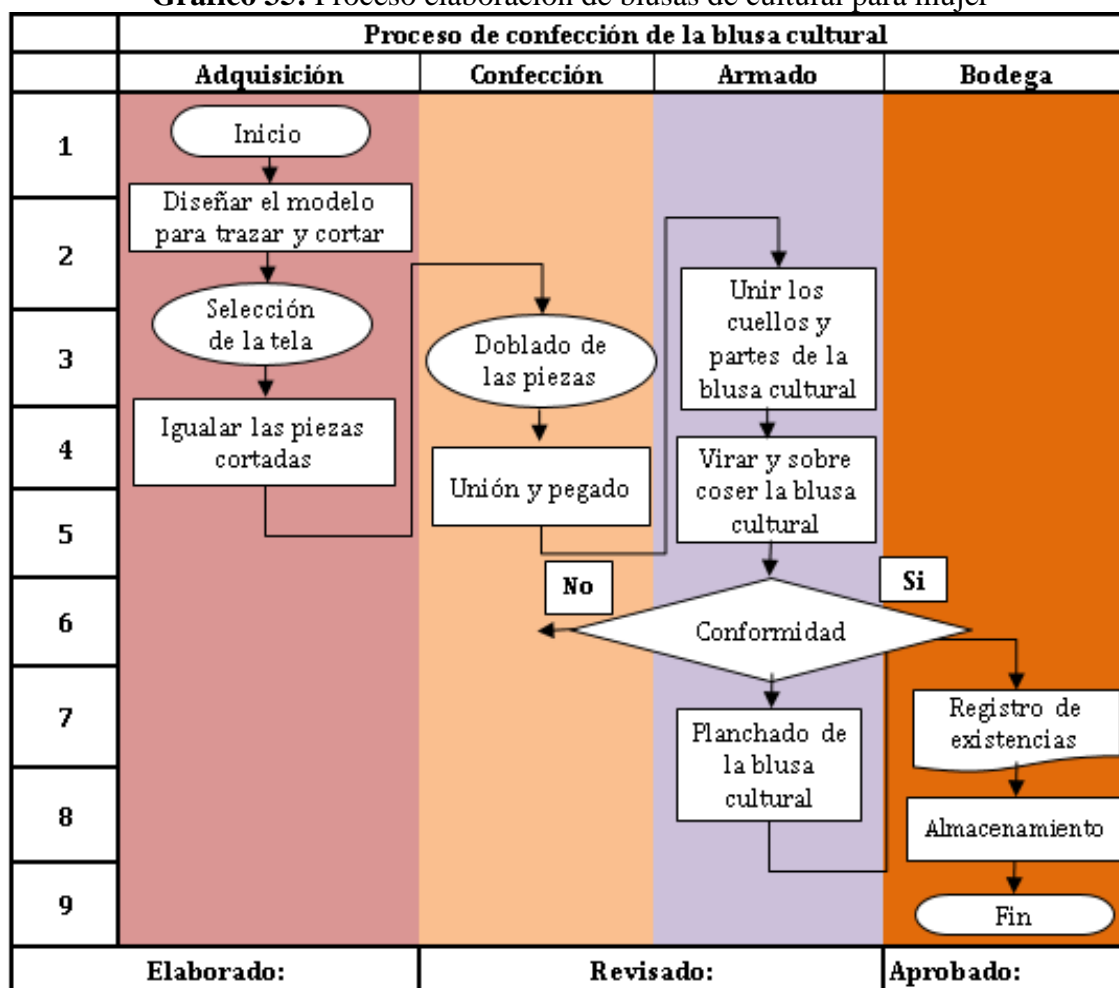


Elaborado por: La autora

La camiseta tiene procesos principales, estos son: cortado, estampado, confección, acabados y despacho. Mientras que los subprocesos son actividades para poner complementario y poner accesorios al producto.

Proceso elaboración de blusas de cultural para mujer

Gráfico 35: Proceso elaboración de blusas de cultural para mujer

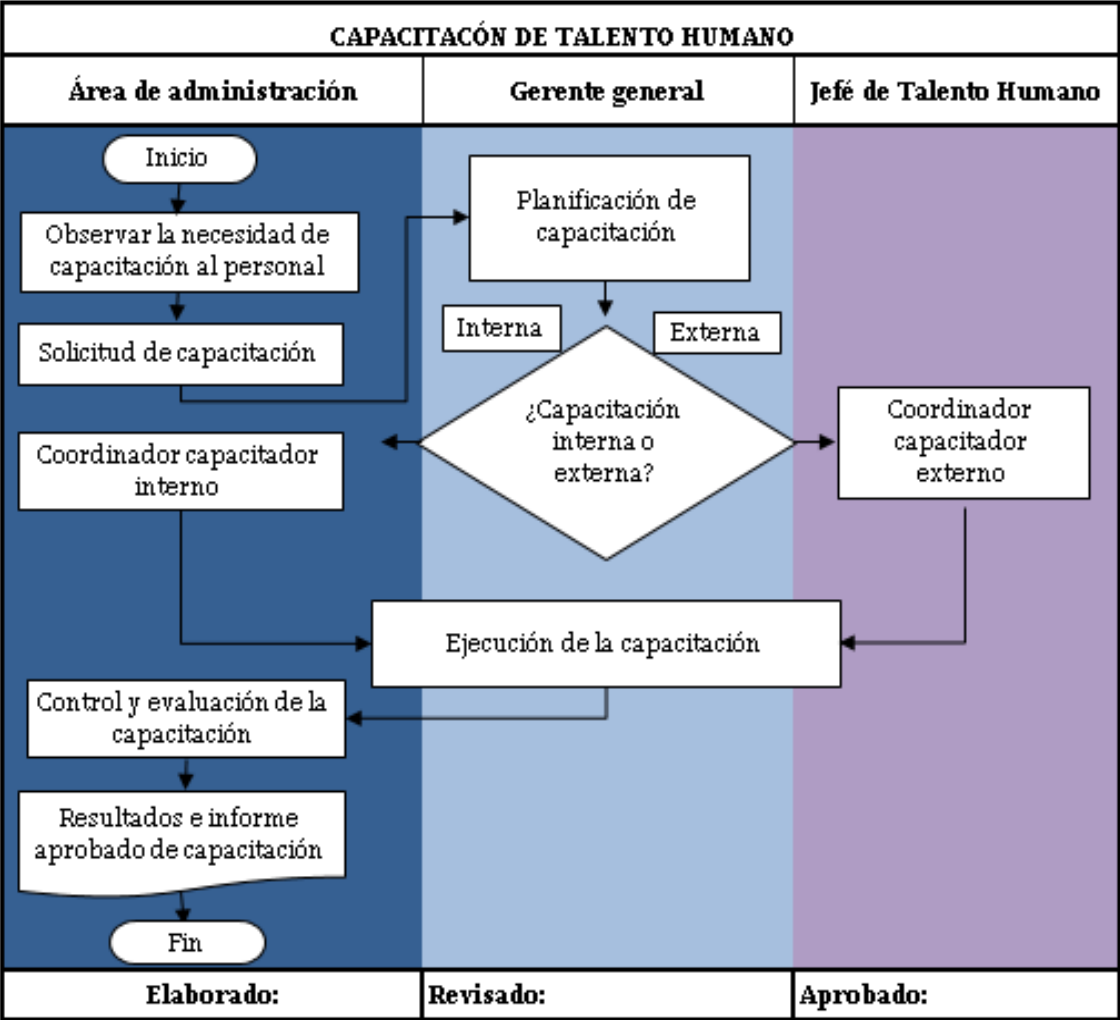


Elaborado por: La autora

4.7.4.3 Procesos área de administración

Proceso para capacitación de talento humano

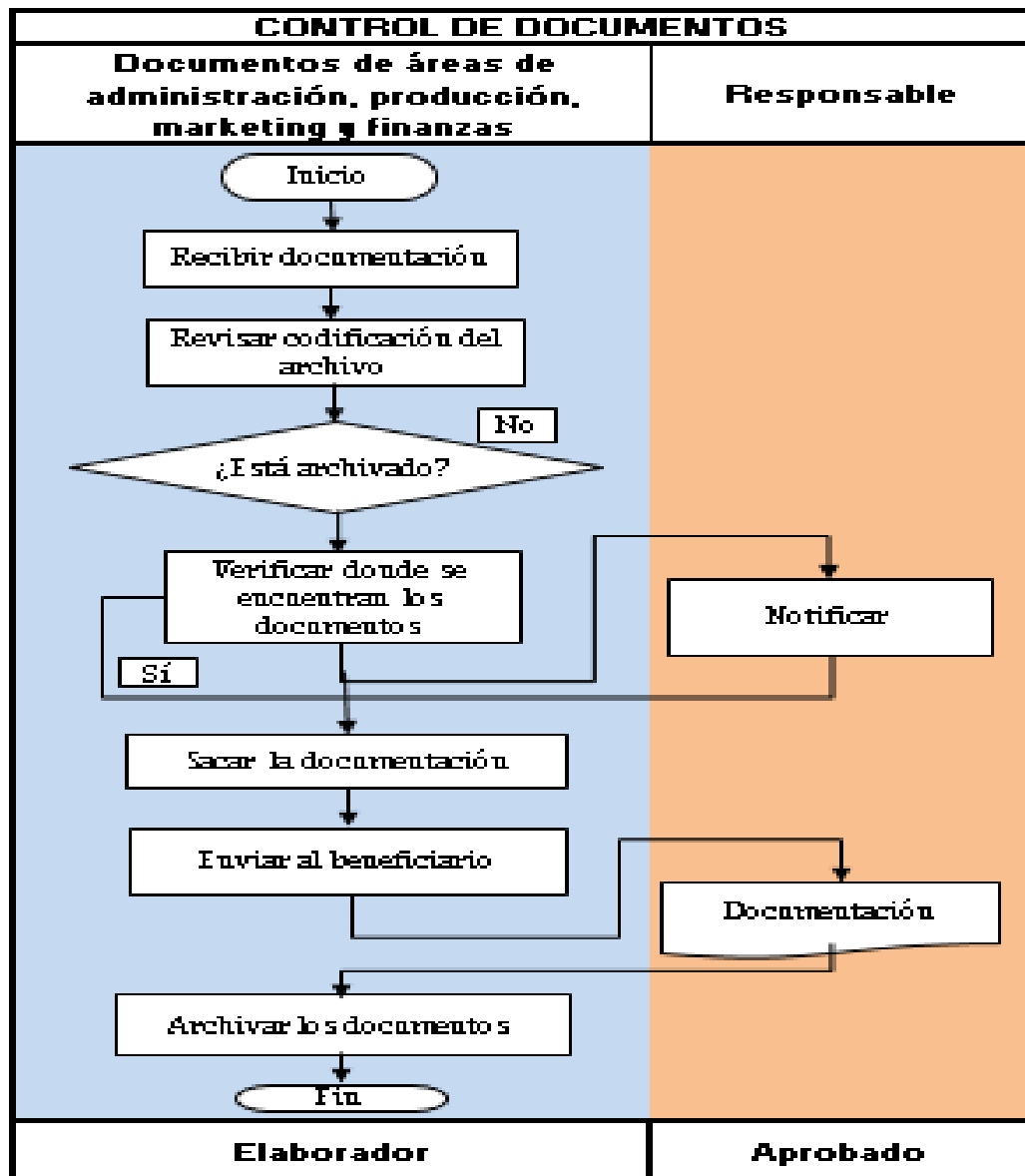
Gráfico 36: Procesos para capacitación del talento humano



Elaborado por: La autora

La contar con un personal motivado y que se identifique con la misión y visión de la empresa, es importante la capacitación al talento humano. Por tanto, se desarrolló un flujograma de procesos para llevar acabo la capacitación de la empresa.

Gráfico 37: Proceso de control de documentos

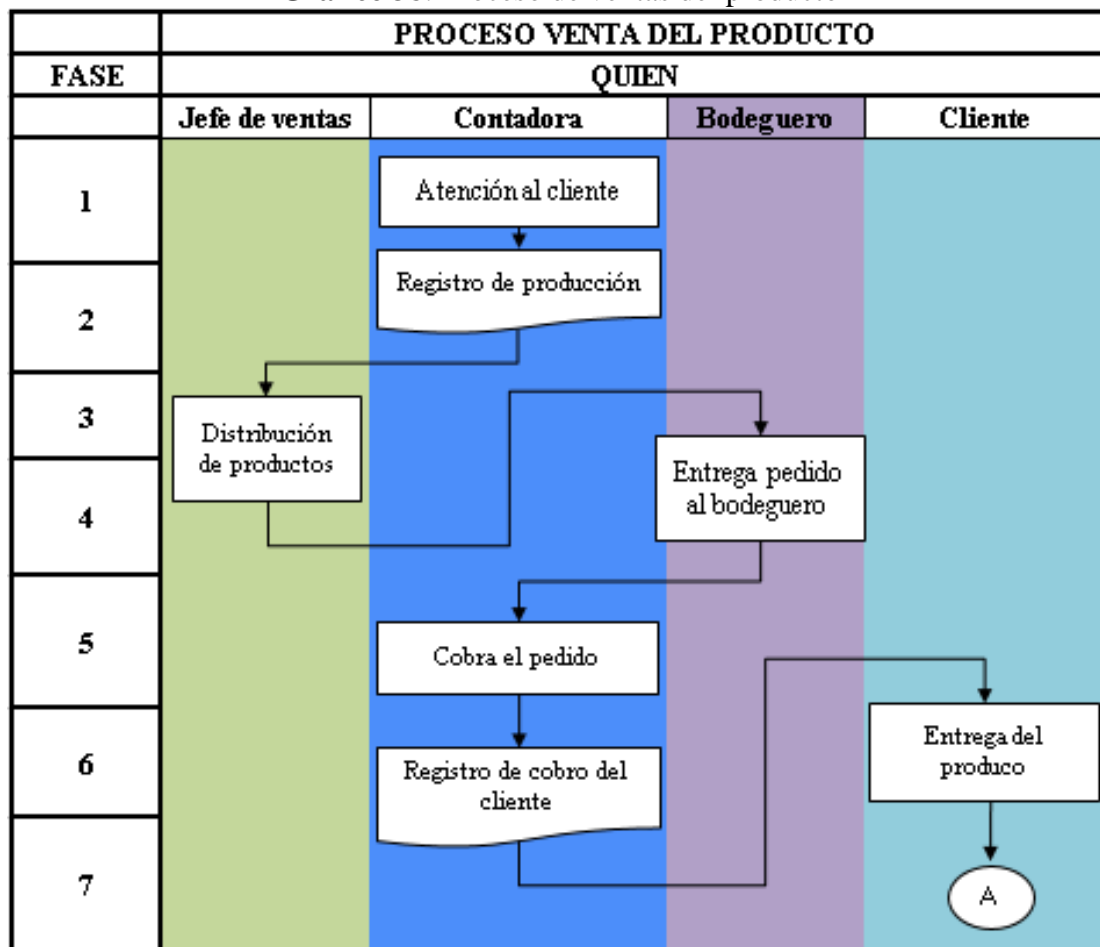


Elaborado por: La autora

Los documentos y archivos son primordiales para la empresa, es información para conocer la evolución de las áreas administrativas, producción, marketing y financiera de la empresa. Por tanto, se presentó un flujograma de procesos para llevar a cabo esta actividad.

4.7.4.4 Procesos área de ventas

Gráfico 38: Proceso de ventas del producto



Elaborado por: La autora


El flujograma de procesos de venta del producto consiste en desarrollar diferentes actividades, desde el momento en que el cliente solicita un producto hasta la entrega y despacho del mismo. Se busca adaptar las necesidades y deseos del cliente con el fin de satisfacer, llegar a una venta –compra del bien y en el menor tiempo posible.

4.8 PLAN FINANCIERO

4.8.1 Plan de inversión

Permite conocer la rentabilidad del proyecto, para lo cual es importante conocer el plan de inversión con el que empieza, estimando los costos de operación y los respectivos ingresos. El plan de inversión el cual cuenta la empresa Textil New Blessings Corporation es de:

Tabla 54: Plan de inversión

<div>  <div> TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION Plan de Inversión </div> </div>			
Cant.	Detalle	Valor unitario	Total
1	Terreno		\$ 20.000,00
	EDIFICIO		\$ 30.000,00
1	Edificio	\$ 30.000,00	
	VEHICULOS		\$ 15.000,00
1	Camioneta	\$ 15.000,00	
	INSTALACIONES		\$ 450,00
1	Instalaciones eléctricas	\$ 350,00	
1	Extintor portátil 6 kg	\$ 50,00	
5	Señaléticas	\$ 50,00	
	MAQUINARIA Y EQUIPO		\$ 1.298,30
1	Máquina Botonera	\$ 500,00	
1	Máquina overlock	\$ 400,00	
1	Máquina Recta	\$ 398,30	
	MUEBLES Y ENSERES		\$ 5.650,00
	Área de administración		
1	Mesa de corte	\$ 300,00	
2	Sillas de espera	\$ 50,00	
2	Silla giratoria	\$ 120,00	
1	Implementos de Oficina	\$ 1.000,00	
	Área de producción		
1	Vitrina	\$ 800,00	
2	Sillas	\$ 60,00	
1	Mesa de corte	\$ 120,00	
2	Closets	\$ 1.200,00	
1	Iluminación	\$ 2.000,00	
	EQUIPO DE COMPUTO		\$ 3.108,00
2	Computadora oficina	\$ 1.700,00	
2	Impresora	\$ 750,00	
1	Scanner, fotocopiadora	\$ 658,00	
	EQUIPO DE OFICINA		\$ 152,00
	Muebles de oficina	\$ 152,00	
	MATERIA PRIMA		\$ 30.000,00
1	Mercadería	\$ 30.000,00	
	GASTOS DE CONSTITUCIÓN		\$ 150,00
1	Gastos Legales	\$ 150,00	
TOTAL PLAN DE INVERSIONES			\$ 105.808,30

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Elaborado por: La Autora

Tabla 55: **Plan de inversión resumido**

Plan de Inversión resumido	
DETALLE	TOTAL
TERRENO	\$ 20.000,00
EDIFICIO	\$ 30.000,00
VEHICULOS	\$ 15.000,00
INSTALACIONES	\$ 450,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 1.298,30
MUEBLES Y ENSERES	\$ 5.650,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 3.108,00
EQUIPO DE OFICINA	\$ 152,00
MATERIA PRIMA	\$ 30.000,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 150,00
Total Capital	\$ 105.808,30

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Elaborado por: La Autora

Los costos de la depreciación de la maquinaria y equipo de oficina realizan mediante el método de línea recta sin valor residual el cual es:

4.8.2 Costo de la depreciación

Tabla 56: Depreciación

TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION				
Cuadro de Depreciación				
DETALLE DEL BIEN	VALOR DEL BIEN	VIDA UTIL	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION ANUAL
Maquinaria y Equipo	\$ 1.298,30	10	10%	\$ 129,83
Equipo de Oficina	\$ 152,00	10	10%	\$ 15,20
TOTAL				\$ 145,03

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Elaborado por: La Autora

El valor de la depreciación se incrementa en los costos de producción, porque la maquinaria se utiliza directamente para la confección de las camisetas y blusas las cuales se encuentra en la actualidad disponible para la venta. En cambio para el gasto Administrativo se encuentra el valor de la depreciación, de los muebles y enseres, equipo de cómputo, terreno, edificio y entre otros. El cálculo de la depreciación según el método de línea recta es:

Tabla 57: Depreciación método línea recta

TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION				
Cuadro de Depreciación				
DETALLE DEL BIEN	VALOR DEL BIEN	VIDA ÚTIL	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
Edificios	\$ 30.000,00	20	5%	\$ 1.500,00
Muebles y Enseres	\$ 5.650,00	10	10%	\$ 565,00
Vehículo	\$ 15.000,00	5	20%	\$ 3.000,00
Equipo de Computo	\$ 3.108,00	3	33,33%	\$ 1.035,90
TOTAL				\$ 6.100,90


Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Elaborado por: La Autora

4.8.3 Inversión inicial

La inversión inicial que se requiere para la implementación de los nuevos productos (para hombres: camiseta cuello de bandera, cuello boss, cola de pato y cuellos de tortuga y para las mujeres: Blusa cultural con bordado artesanal) los costos de la adquisición en maquinaria, vehículo, equipos y otras cosas se detallan con la inversión inicial.


Tabla 58: Inversión inicial para los nuevos productos

 TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION Plan de Inversión			
Cant.	Detalle	Valor unitario	Total
	VEHICULOS		\$ 25.000,00
1	Camión	\$ 25.000,00	
	MAQUINARIA		\$ 4.100,00
1	Máquina ojaladora	\$ 1.150,00	
1	Máquina Recubridora	\$ 1.800,00	
1	Máquina zigzag	\$ 300,00	
1	Maquinaria recta Juki	\$ 850,00	
	MUEBLES Y ENSERES		\$ 610,00
1	Escritorio	\$ 140,00	
1	Silla ejecutiva	\$ 120,00	
4	Sillas de espera y atención al cliente	\$ 60,00	
1	Teléfono	\$ 70,00	
1	Archivador	\$ 40,00	
	EQUIPO DE COMPUTO		\$ 1.400,00
1	Computadora oficina	\$ 1.050,00	
2	Impresora	\$ 350,00	
	MATERIA PRIMA		\$ 30.000,00
1	Mercadería	\$ 30.000,00	
TOTAL PLAN DE INVERSIONES			\$ 61.110,00

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Elaborado por: La Autora

Tabla 59: Inversión inicial resumen para los nuevos productos

 TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION Plan de Inversión	
DETALLE	TOTAL
VEHICULOS	\$ 25.000,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 4.100,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 610,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 1.400,00
MATERIA PRIMA	\$ 30.000,00
Total Capital	\$ 61.110,00

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Elaborado por: La Autora


Es decir que para empezar la actividad de la implementación de los productos y comercialización la empresa Textil New Blessings Corporation, invierte \$ 61.110,00 dólares, distribuidos en la compra de un maquinaria, muebles y enceres, vehículo, el cual ayude a genera nuevos ingresos para la institución.

4.8.4 Capital de trabajo

Se refiere a la cantidad de efectivo necesario para la operación del proyecto. Normalmente este capital de trabajo va relacionado con el nivel de actividad y se recupera una vez que el proyecto finalice su vida útil.

A continuación se detalla los recursos con lo que la empresa inicia la incrementación de los productos, mediante el capital de trabajo:

Tabla 60: Capital de Trabajo

 TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION Capital de Trabajo		
DESCRIPCION	VALOR \$	PORCENTAJE
RECURSOS PROPIOS	\$ 20.000,00	33%
DINERO DE LA EMPRESA	\$ 10.000,00	50%
BIENES ADQUIRIDOS	\$ 10.000,00	50%
MATERIA PRIMA		
RECURSOS DE TERCEROS	\$ 41.110,00	67%
PRESTAMOS A PROVEEDORES	\$ 30.000,00	73%
PRESTAMO FINANCIERO	\$ 11.110,00	27%
TOTAL	\$ 61.110,00	100%

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Elaborado por: La Autora

El capital de trabajo con el que necesita la empresa, para iniciar la producción es de \$ 61.110,00. Financiado por los recursos propios del \$ 20.000,00 y por recursos de terceros \$ 41.110,00 los cuales son mediante deudas a proveedores y un préstamo financiero, el cual será cancelado dentro de 2 años, con una tasa de interés del 22% anual.

4.8.4.1 Costo de capital

Es el costo de financiamiento del proyecto y se determina en función de las diferentes fuentes de financiamiento del proyecto y su participación en el financiamiento de las inversiones de las inversiones que requiere el proyecto. Dentro del costo de capital se encuentra la deuda de financiamiento establecida a una institución financiera del monto de \$ 11.110,00 con una tasa de Interés de 22% anual dentro de un tiempo estimado de 2 años, el valor a pagar cada mes es de \$ 576,37 dentro de 24 meses, estableciendo el gastos financiero para dos años, con los intereses de manera descendente hasta llegar al valor en cero.

4.8.4.2 Costo de producción

Son los costos directos, indirectos y generales, relacionados con la operación y la producción. Estos costos se determinan:

- Materia Prima directa (MPD)
- Mano de obra directa (MOD)
- Costos indirectos de fabricación (CIF son aquellos que se utiliza en la producción de manera indirecta).
- Costo de producción (CP)= $MPD + MOD + CIF$

Los costos de producción de los productos que cuenta la empresa son:

Se determina que el costo de producción del **Polos Cuello redondo** es de \$ 5,40 los cuales se encuentran incluidos los costos variables y los costos indirectos de fabricación. Marginado una utilidad del 48% estableciendo un precio de venta al público de \$ 8.00 ver anexo el detalle de los costos.


El costo de producción del **Poloron** es de \$8,71 de los cuales el costo de materia prima es \$6,41 de mano de obra \$ 2,19 y los costos indirectos de fabricación de \$0,10 generando la empresa una utilidad del 72% dando el producto a \$15 dólares, ver anexo el detalle de los costos.

El costo de producción del **Polo Box Camisero** es de \$6,81 de los cuales el costo de materia prima es \$ 4,52 de mano de obra \$2,19 y los costos indirectos de fabricación de \$ 0,10 generando la empresa una utilidad del 18% dando el producto a \$ 8 dólares, ver anexo el detalle de los costos.

Para la **blusa cultural de mujer**, el costo de materia prima, mano de obra directa y los costos indirecto de fabricación es de \$ 9,00 por cada producto establecido una utilidad del 67% al producto, obtenido un precio de venta al público de \$ 15 dólares ver anexo el detalle de los costos.

Los costos de producción de los nuevos productos que se va implementar son:

Tabla 61: Costo de producción de las camisetas

 TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION Costo de Producción					
Hoja de Costo Producto: Camiseta cuello de Unidad de bandeja y boss Medida: Unidades					
Materia Prima					
	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Subtotal	Total
Materia Prima y Materiales					\$ 2,50
Tela Prima	0,223	Kg	\$ 11,20	\$ 2,50	
Hilo	0,00333	Cono	\$ 2,10	\$ 0,01	
Materia Prima Indirecta					0,60
Etiqueta	1	Unidad	\$ 0,25	\$ 0,25	
Estampado	1	Unidad	\$ 0,10	\$ 0,10	
Avió	1	Unidad	\$ 0,20	\$ 0,20	
Instrucciones de uso	1	Unidad	\$ 0,05	\$ 0,05	
Total Materia Prima					3,10
Mano de Obra Directa e Indirecta					
Proceso	Cantidad	Unidad	Costo	Subtotal	Total
Servicio de maquilado	1	Unidad	\$ 0,65	\$ 0,65	
Acabados	1	Unidad	\$ 0,25	\$ 0,25	
Jefe de Producción	0,0005	Unidad	\$ 450,00	\$ 0,23	
Cortadora	0,0005	Unidad	\$ 150,00	\$ 0,08	
Agente Vendedor	1	Unidad	\$ 0,64	\$ 0,64	
Gerente	0,0005	Unidad	\$ 700,00	\$ 0,35	
Total					2,19
Costos Indirectos de Fabricación					
	Cantidad		Costo	Subtotal	Total
Dep. Maquinaria	0,0005		410,00	0,21	
Gasto servicios Básicos	0,0005		60,00	0,03	
				0,00	
				0,00	
Total Costos Indirectos de Fabricación					0,24
TOTAL COSTOS					5,53


Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Elaborado por: La Autora

El costo de producción para los nuevos productos (para hombre las camisetas de cuello de bandeja y cuello boss), que se va implementar es de \$5,53 dólares, de los cuales el costo de materia prima es \$ 3,10 de mano de obra \$ 2,19 y los costos indirectos de

fabricación de \$0, 24 generando la empresa una utilidad del 45% dando el producto a \$8 dólares.

Tabla 62: Costo de producción de las camisetas cola de pato y cuello de tortuga

 TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION Costo de Producción Hoja de Costo Producto: Camiseta cola de pato y cuello de tortuga Unidad de Medida: Unidades					
Materia Prima					
	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Subtotal	Total
Materia Prima y Materiales					\$ 3,80
Tela Prima algodón Imp	0,3	Kg	\$ 12,62	\$ 3,79	
Hilo	0,00444	Cono	\$ 2,10	\$ 0,01	
Materia Prima Indirecta					0,72
Etiqueta	1	Unidad	\$ 0,25	\$ 0,25	
Estampado	1	Unidad	\$ 0,10	\$ 0,10	
Avió	1	Unidad	\$ 0,20	\$ 0,20	
Botones	4	Unidad	\$ 0,03	\$ 0,12	
Instrucciones de uso	1	Unidad	\$ 0,05	\$ 0,05	
Total Materia Prima					4,52
Mano de Obra Directa e Indirecta					
Proceso	Cantidad	Unidad	Costo	Subtotal	Total
Servicio de maquilado	1	Unidad	\$ 0,65	\$ 0,65	
Acabados	1	Unidad	\$ 0,25	\$ 0,25	
Jefe de Producción	0,0005	Unidad	\$ 450,00	\$ 0,23	
Cortadora	0,0005	Unidad	\$ 150,00	\$ 0,08	
Agente Vendedor	1	Unidad	\$ 0,64	\$ 0,64	
Gerente	0,0005	Unidad	\$ 700,00	\$ 0,35	
Total					2,19
Costos Indirectos de Fabricación					
	Cantidad		Costo	Subtotal	Total
Dep. Maquinaria	0,0005		410,00	0,21	
Dep. Equipo de oficina	0,0005		0,00	0,00	
Gasto servicios Básicos	0,0005		60,00	0,03	
				0,00	
Total Costos Indirectos de Fabricación					0,24
TOTAL COSTOS					6,94


Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Elaborado por: La Autora

El costo de producción para los nuevos productos (para hombre las camisetas cola de pato y camiseta cuello de tortuga), que se va implementar es de \$6,94 dólares, de los

cuales el costo de materia prima es \$ 4,52 de mano de obra \$2,19 y los costos indirectos de fabricación de \$ 0,24 generando la empresa una utilidad del 44% dando el producto a \$10 dólares.

Tabla 63: Costo de Producción del Blusa cultural con bordado artesanal

 TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION Costo de Producción					
Hoja de Costo Producto: Blusa cultural con bordado artesanal Unidad de Medida: Unidades					
Materia Prima					
	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Subtotal	Total
Materia Prima y Materiales					\$ 9,20
Tela Prima algodón	0,738	Kg	\$ 12,62	\$ 9,20	
Hilo	0,007	Cono	\$ 2,10	\$ 0,01	
Materia Prima Indirecta					\$ 0,50
Etiqueta	1	Unidad	\$ 0,25	\$ 0,25	
Avió	1	Unidad	\$ 0,20	\$ 0,20	
Instrucciones de uso	1	Unidad	\$ 0,05	\$ 0,05	
Total Materia Prima					\$ 9,70
Mano de Obra Directa e Indirecta					
Proceso	Cantidad	Unidad	Costo	Subtotal	Total
Servicio de maquilado	1	Unidad	\$ 0,40	\$ 0,40	
Acabados	1	Unidad	\$ 0,25	\$ 0,25	
Jefe de Producción	0,0006	Unidad	\$ 450,00	\$ 0,27	
Cortadora	0,0006	Unidad	\$ 150,00	\$ 0,09	
Agente Vendedor	1	Unidad	\$ 0,64	\$ 0,64	
Gerente	0,0006	Unidad	\$ 700,00	\$ 0,42	
Total					\$ 2,07
Costos Indirectos de Fabricación					
	Cantidad		Costo	Subtotal	Total
Dep. Maquinaria	0,0005		\$ 410,00	\$ 0,21	
Gasto servicios Básicos	0,0005		\$ 60,00	\$ 0,03	
Total Costos Indirectos de Fabricación					\$ 0,24
TOTAL COSTOS					\$ 12,01

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Elaborado por: La Autora

Para las blusas cultural con bordado artesanal el costo es de \$ 12,01 el costo de materia prima varia por la cantidad de tela que se utiliza en las diferentes tallas, y los costos de MOD y CIF son iguales para cada producto establecido una utilidad del 67% al producto, obtenido un precio de venta al público de \$ 20 dólares.

4.8.5 Gastos generales

4.8.5.1 Gastos administrativos

Dentro de los gastos administrativos se encuentra los suministros de limpieza y el respectivo gasto de depreciación de los respectivos activos fijos que se utiliza en el área administrativa.

Tabla 64: Depreciación

TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION				
Cuadro de Depreciación				
DETALLE DEL BIEN	VALOR DEL BIEN	VIDA UTIL	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION ANUAL
Muebles y Enseres	\$ 610,00	10	10%	\$ 61,00
Vehículo	\$ 25.000,00	5	20%	\$ 5.000,00
Equipo de Computo	\$ 1.400,00	3	33,33%	\$ 466,62
TOTAL				\$ 5.527,62

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Elaborado por: La Autora

El valor de la depreciación se obtiene anualmente, y para obtener el valor de cada mes se divide la depreciación anual para 12 meses que contiene el año.

4.8.5.2 Gasto de venta

En los gastos de venta está el sueldo al vendedor de \$ 566.78 en donde está incluido todos los beneficios de ley, dando un total anual de \$ 6.801,41

El gasto de publicidad, por la compra de llaveros al año de 100 unidades, con un valor unitario de \$ 150 dólares dando un total de \$ 450 anual. Y de igual forma en la compra de gorras y carpetas con un monto de \$200 para todo el año.

4.8.5.3 Gastos financieros

El gasto financiero es la deuda establecida a una institución financiera del monto de \$ 11.110,00 con una tasa de Interés de 22% dentro de un tiempo estimado de 2 años, con un número de periodos de 24 meses, dando con gasto financiero anual de \$ 1.964,52 de los intereses que debe para el año, hasta cumplir el monto adeudado.

A continuación se detalla los gastos:

Tabla 65: Gastos

TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION Cálculo de Gastos					
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR POR UNIDAD	FRECUENCIA DE COMPRA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gastos Administrativos					5.650,62
Suministros de limpieza:					123,00
Escoba	Unidad	2,00	1,00	2,00	24,00
Tips	Unidad	0,80	2,00	1,60	9,60
Papel Higiénico	Paquete	1,20	1,00	1,20	14,40
Otros Gastos	Unidad	25,00	1,00	25,00	75,00
Depreciaciones:					5.527,62
Vehículo	Años	25.000,00	1,00	5,08	61,00
Muebles y Enseres	Años	610,00	1,00	416,67	5.000,00
Equipos de computación	Años	1.400,00	1,00	38,89	466,62
Gastos de Ventas					7.451,41
Sueldo					6.801,41
Vendedor	Mes	566,78	1,00	566,78	6.801,41
Publicidad					650,00
Llaveros	Unidad	150,00	3,00	450,00	450,00
Gorras y carpetas	Unidad	200,00	1,00	200,00	200,00
Gastos Financieros					1.964,52
Intereses					1.964,52
Préstamo Bancario	Dólares	1.964,52	1,00	163,71	1.964,52
TOTAL DE GASTOS				1.870,93	15.066,55

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation


Elaborado por: La Autora

El gasto administrativo es de \$ 5.650,62 relacionadas con los suministros de limpieza en \$ 123,00 y el gasto de depreciación \$ 5.527,62 de igual forma los gastos de venta del sueldo a vendedores \$7.451,41 y los gastos financieros están relacionados con los intereses al préstamo bancario \$ 1.964,52 anual.

4.8.6 Precio de venta

En precio de venta al público se establece mediante el costo de producción y un margen de utilidad el cual se utiliza para cubrir los gastos financieros.

Tabla 66: Precio de venta

 TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION Precio de venta					
DETALLE	COSTO UNITARIO		MARGEN DE UTILIDAD		P.V.P
	Tallas	Valor	% x mayor	\$	
Camiseta cuello de bandeja	Todas	\$ 5,53	30,9%	\$ 2,47	\$ 8,00
Camiseta cuello boss	Todas	\$ 5,53	30,9%	\$ 2,47	\$ 8,00
Camisetas cola de pato	Todas	\$ 6,94	30,6%	\$ 3,06	\$ 10,00
Camisetas cuello de tortuga	Todas	\$ 6,94	30,6%	\$ 3,06	\$ 10,00
Blusa cultural con bordado artesanal	Todas	\$ 12,01	40,0%	\$ 7,99	\$ 20,00


Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Elaborado por: La Autora

4.8.7 Unidades producidas

Las unidades que se van a producir de los nuevos productos son:

Tabla N° 67: Proyección de Costos por unidades

 TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION Proyección de Costos por unidades						
DETALLE	COSTO UNITARIO		CANTIDAD	Cantidad semanal	Cantidad Mensual	Cantidad Anual
	Tallas	Valor				
Camiseta cuello de bandeja y boss	Todas	5,53	60	60,00	240,00	2.880,00
Camiseta cuello boss	Todas	5,53	60	60,00	240,00	2.880,00
Camisetas cola de pato	Todas	6,94	60	60,00	240,00	2.880,00
Camisetas cuello de tortuga	Todas	6,94	40	40,00	160,00	1.920,00
Blusa cultural con bordado artesanal	Todas	12,01	50	50,00	200,00	2.400,00
TOTAL		-	270	270,00	1080,00	12.960,00

La realización de las unidades producidas se lo realiza, con la finalidad de conocer la cantidad de productos, los cuales se utiliza posteriormente para establecer el costo de venta, o también llamado el costo de producción.

Tabla 68: Proyección de Costos

TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION						
Proyección de Costos						
DETALLE	COSTO UNITARIO		CANTIDAD	VALOR SEMANA L	VALOR MENSUAL	VALOR Anual
	Tallas	Valor				
Camiseta cuello de bandeja y boss	Todas	5,53	60	331,78	1.327,10	15.925,23
Camiseta cuello boss	Todas	5,53	60	331,78	1.327,10	15.925,23
Camisetas cola de pato	Todas	6,94	60	416,42	1.665,68	19.988,13
Camisetas cuello de tortuga	Todas	6,94	40	277,61	1.110,45	13.325,42
Blusa cultural con bordado artesanal	Todas	12,01	50	600,35	2.401,41	28.816,94
TOTAL			270	1.957,94	7.831,75	93.980,95

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Elaborado por: La Autora

4.8.8 Unidades vendidas

Tabla 69: Proyección de ventas por unidades

TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION						
Proyección de Ventas por unidades						
DETALLE	COSTO UNITARIO		CANTIDAD	Cantidad semanal	Cantidad Mensual	Cantidad Anual
	Tallas	Valor				
Camiseta cuello de bandeja y boss	Todas	\$ 8,00	60	60,00	240	2.880
Camiseta cuello boss	Todas	\$ 8,00	60	60,00	240	2.880
Camisetas cola de pato	Todas	\$ 10,00	60	60,00	240	2.880
Camisetas cuello de tortuga	Todas	\$ 10,00	40	40,00	160	1.920
Blusa cultural con bordado artesanal	Todas	\$ 20,00	50	50,00	200	2.400
TOTAL			270	270,00	1.080	12.960

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Las unidades que se venden son las mismas que se van a producir de los nuevos productos, con la implementación del margen de utilidad correspondiente a cada uno en relación a la competencia.

Tabla 70: Proyección de ventas

TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION						
Proyección de Ventas						
DETALLE	COSTO UNITARIO		CANTIDAD	VALOR SEMANAL	VALOR MENSUAL	VALOR Anual
	Tallas	Valor				
Camiseta cuello de bandeja y boss	Todas	\$ 8,00	60	480,00	1.920,00	23.040,00
Camiseta cuello boss	Todas	\$ 8,00	60	480,00	1.920,00	23.040,00
Camisetas cola de pato	Todas	\$ 10,00	60	600,00	2.400,00	28.800,00
Camisetas cuello de tortuga	Todas	\$ 10,00	40	400,00	1.600,00	19.200,00
Blusa cultural con bordado artesanal	Todas	\$ 20,00	50	1.000,00	4.000,00	48.000,00
TOTAL			270	2.960,00	11.840,00	142.080,00

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Elaborado por: La Autora

Se determina que la empresa durante el año va a vender 12.960 unidades de todos los productos los cuales se están implementando dentro de la compañía, obteniendo al año \$142.080,00 dólares, de ellos se debe restar el costo de venta, con el fin de conocer cuál es la utilidad bruta que obtiene con la debida producción y venta de los nuevos productos.

4.8.9 Estado de resultados

El Estado Financiero, permite conocer la utilidad que cuenta la Compañía después de un periodo económico, es decir continuación se presenta el Estado de Resultados con el cual cuenta la empresa por la venta y producción de los productos que en la actualidad se encuentra vendiendo:

El Estado de Resultados que la empresa cuenta sin la implementación de los nuevos productos es de:

Tabla 71: Estado de Resultados

 TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION Estado de Resultados		
Ingreso		Anual
(+)	Ventas	85.017,60
(-)	Costo de Ventas	40.914,72
(=)	UTILIDAD BRUTA	44.102,88
(-)	Gastos de venta	6.801,41
(=)	UTILIDAD NETA EN VENTAS	37.301,48
(-)	Gastos Administrativos	7.013,93
(=)	UTILIDAD OPERACIONAL	30.287,55
(-)	Gastos Financieros	798,67
(=)	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	29.488,88
(-)	15% Participación trabajadores	4.423,33
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	25.065,55
(-)	Impuesto a la renta 22%	5.514,42
(=)	UTILIDAD DEL EJERCICIO	19.551,13

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Y el estado de resultados con la implementación de los nuevos productos, se desarrolla anual con la finalidad de conocer la utilidad que obtiene la empresa al final del período económico, con las cantidades producidas y vendidas, a los respectivos precios, los cuales se ve reflejados en el anexo.

Tabla 72. Estado de resultados con la diversificación de productos

 TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION Estado de Resultados		
Ingreso		Anual
(+)	Ventas	\$ 227.097,60
(-)	Costo de Ventas	\$ 134.895,67
(=)	UTILIDAD BRUTA	\$ 92.223,40
(-)	Gastos de venta	\$ 14.252,82
(=)	UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$ 77.970,58
(-)	Gastos Administrativos	\$ 12.664,55
(=)	UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 65.284,56
(-)	Gastos Financieros	\$ 2.763,19
(=)	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$ 62.521,36
(-)	15% Participación trabajadores	\$ 9.378,20
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 53.143,16
(-)	Impuesto a la renta 22%	\$ 11.691,49
(=)	UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 41.451,66

Con la implementación de los nuevos productos la empresa obtiene una utilidad líquida de \$ 41.451,66 con relación a cuando solo vendía los otros productos es de \$19. 551,12 dando una diferencia de \$ 21.900,54 utilidad líquida.

4.8.10 Proyección de las unidades vendidas y producidas

La proyección de las unidades vendidas y producidas se la realiza con la tasa de incremento establecida por el Banco Central del 3,78% las cuales se detallan en las siguientes tablas:

Tabla 73: Proyección de las unidades vendidas

TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION						
Proyección de Ventas por unidades						
DETALLE	COSTO UNITARIO		Cantidad Anual	Año 1	Año2	Año 3
	Tallas	Valor				
Polos cuello redondo	Todas	\$ 8,00	2.400	2.400	2.493	2.589
Poloron	Todas	\$ 15,00	2.400	2.400	2.493	2.589
Polo Box Camisero	Todas	\$ 8,00	2.880	2.880	2.991	3.107
Blusa cultural bordado normal	Todas	\$ 15,00	480	480	499	518
Implementación de los productos						
Camiseta cuello de bandeja	Todas	\$ 8,00	2.880	2.880	2.991	3.107
Camiseta cuello boss	Todas	\$ 8,00	2.880	2.880	2.991	3.107
Camisetas cola de pato	Todas	\$ 10,00	2.880	2.880	2.991	3.107
Camisetas cuello de tortuga	Todas	\$ 10,00	1.920	1.920	1.994	2.071
Blusa cultural con bordado artesanal	Todas	\$ 20,00	2.400	2.400	2.493	2.589
TOTAL		-	21.120	21.120	21.937	22.786

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Elaborado por: La Autora

De igual forma se detalla la proyección de las unidades producida para los 3 años que se a proyectar:

Tabla 74: Proyección de las unidades producidas

TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION						
Proyección de Costos por unidades						
DETALLE	COSTO UNITARIO		Cantidad Anual	Año 1	Año2	Año 3
	Tallas	Valor				
Camiseta cuello redondo	Todas	\$ 5,40	2.400	2.400	2.493	2.589
Camiseta box camisero	Todas	\$ 8,71	2.400	2.400	2.493	2.589
Camiseta polo cuello en V	Todas	\$ 6,81	2.880	2.880	2.991	3.107
Blusa cultural bordado normal	Todas	\$ 9,00	480	480	499	518
Implementación de los productos						
Camiseta cuello de bandeja y boss	Todas	\$ 5,53	2.880	2.880	2.991	3.107
Camiseta cuello boss	Todas	\$ 5,53	2.880	2.880	2.991	3.107
Camisetas cola de pato	Todas	\$ 6,94	2.880	2.880	2.991	3.107
Camisetas cuello de tortuga	Todas	\$ 6,94	1.920	1.920	1.994	2.071
Blusa cultural con bordado artesanal	Todas	\$ 12,01	2.400	2.400	2.493	2.589
TOTAL		-	21.120	21.120	21.937	22.786

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Elaborado por: La Autora

Con la proyección de las cantidades vendidas y producidas se procede a establecer los costos de producción y venta, los cuales se utilizan para la realización del Estado de Resultados Proyectado.

4.8.11 Proyección de los costos de producción y de ventas

A continuación se detallan los costos de producción y de ventas de todos los productos que produce la empresa y los productos que van hacer implantados, con el fin de conocer la utilidad que al final de cada periodo se obtendrá.

Tabla 75: Proyección del costo de producción

TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION						
Proyección de Costos						
DETALLE	COSTO UNITARIO		Valor anual	Año 1	Año2	Año 3
	Tallas	Valor				
Polos cuello redondo	Todas	\$ 5,40	\$ 12.960,00	\$ 12.960,00	\$ 13.461,55	\$ 13.982,51
Poloron	Todas	\$ 8,71	\$ 20.904,00	\$ 20.904,00	\$ 21.712,98	\$ 22.553,28
Polo Box Camisero	Todas	\$ 6,81	\$ 19.612,80	\$ 19.612,80	\$ 20.371,82	\$ 21.160,20
Blusa cultural bordado normal	Todas	\$ 9,00	\$ 4.320,00	\$ 4.320,00	\$ 4.487,18	\$ 4.660,84
Implementación de los productos						
Camiseta cuello de bandeja y boss	Todas	\$ 5,53	\$ 15.925,23	\$ 15.925,23	\$ 16.541,53	\$ 17.181,69
Camiseta cuello boss	Todas	\$ 5,53	\$ 15.925,23	\$ 15.925,23	\$ 16.541,53	\$ 17.181,69
Camisetas cola de pato	Todas	\$ 6,94	\$ 19.988,13	\$ 19.988,13	\$ 20.761,67	\$ 21.565,15
Camisetas cuello de tortuga		\$ 6,94	\$ 13.325,42	\$ 13.325,42	\$ 13.841,12	\$ 14.376,77
Blusa cultural con bordado artesanal	Todas	\$ 12,01	\$ 28.816,94	\$ 28.816,94	\$ 29.932,16	\$ 31.090,53
TOTAL			\$ 151.777,75	\$ 151.777,75	\$ 157.651,55	\$ 163.752,67

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation**Elaborado por:** La Autora**Tabla 76:** Proyección del costo de producción

TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION						
Proyección de Ventas						
DETALLE	COSTO UNITARIO		Valor anual	Año 1	Año2	Año 3
	Tallas	Valor				
Polos cuello redondo	Todas	\$ 8,00	\$ 19.200,00	\$ 19.200,00	\$ 19.943,04	\$ 20.714,84
Poloron	Todas	\$ 15,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 37.393,20	\$ 38.840,32
Polo Box Camisero	Todas	\$ 8,00	\$ 23.040,00	\$ 23.040,00	\$ 23.931,65	\$ 24.857,80
Blusa cultural bordado normal	Todas	\$ 15,00	\$ 7.200,00	\$ 7.200,00	\$ 7.478,64	\$ 7.768,06
Implementación de los productos						
Camiseta cuello de bandeja y boss	Todas	\$ 8,00	\$ 23.040,00	\$ 23.040,00	\$ 23.931,65	\$ 24.857,80
Camiseta cuello boss	Todas	\$ 8,00	\$ 23.040,00	\$ 23.040,00	\$ 23.931,65	\$ 24.857,80
Camisetas cola de pato	Todas	\$ 10,00	\$ 28.800,00	\$ 28.800,00	\$ 29.914,56	\$ 31.072,25
Camisetas cuello de tortuga		\$ 10,00	\$ 19.200,00	\$ 19.200,00	\$ 19.943,04	\$ 20.714,84
Blusa cultural con bordado artesanal	Todas	\$ 20,00	\$ 48.000,00	\$ 48.000,00	\$ 49.857,60	\$ 51.787,09
TOTAL			\$ 227.520,00	\$ 227.520,00	\$ 236.325,02	\$ 245.470,80

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation**Elaborado por:** La Autora

4.8.12 Estado de resultados proyectados

Tabla 77: Estado de Resultados

 TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION		Estado de Resultados Proyectados		
Ingreso		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
(+)	Ventas	85.017,60	104.960,00	128.000,00
(-)	Costo de Ventas	40.914,72	50.512,00	61.600,00
(=)	UTILIDAD BRUTA	44.102,88	54.448,00	66.400,00
(-)	Gastos de venta	6.801,41	8.396,80	10.240,00
(=)	UTILIDAD NETA EN VENTAS	37.301,48	46.051,20	56.160,00
(-)	Gastos Administrativos	7.013,93	8.659,20	10.560,00
(=)	UTILIDAD OPERACIONAL	30.287,55	37.392,00	45.600,00
(-)	Gastos Financieros	798,67	771,43	745,52
(=)	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	29.488,88	36.620,57	44.854,48
(-)	15% Participación trabajadores	4.423,33	5.493,09	6.728,17
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	25.065,55	31.127,48	38.126,31
(-)	Impuesto a la renta 22%	5.514,42	6.848,05	8.387,79
(=)	UTILIDAD DEL EJERCICIO	19.551,13	24.279,44	29.738,52

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Elaborado por: La Autora

Se determina que en el Estado de Resultados la empresa cuenta con una utilidad de \$19.551,13 después de haber cubierto todas las obligaciones que tiene con sus colaboradores y cancelado el respectivo Impuesto a la renta.

El estado de resultados proyectados con el incremento de otros productos mediante la Inflación 3,87% fuente Banco Central del Ecuador (2017-2018), el cual se aplica tanto para las ventas y los respectivos costos y gastos administrativos y de ventas ya que los gastos financieros varían por el interés pagado anualmente.

Tabla 78: Estado de Resultados

 TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION Estado de Resultados Proyectados				
Ingreso		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
(+)	Ventas	\$ 227.520,00	\$ 236.325,02	\$ 245.470,80
(-)	Costo de Ventas	\$ 151.777,75	\$ 157.651,55	\$ 163.752,67
(=)	UTILIDAD BRUTA	\$ 92.201,93	\$ 78.673,47	\$ 81.718,13
(-)	Gastos de venta	\$ 14.252,82	\$ 14.804,40	\$ 15.377,33
(=)	UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$ 77.949,11	\$ 63.869,07	\$ 66.340,80
(-)	Gastos Administrativos	\$ 12.664,55	\$ 13.154,67	\$ 13.154,67
(=)	UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 65.284,56	\$ 50.714,40	\$ 53.186,13
(-)	Gastos Financieros	\$ 2.763,19	\$ 1.529,70	\$ 745,52
(=)	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$ 62.521,36	\$ 49.184,70	\$ 52.440,61
(-)	15% Participación trabajadores	\$ 9.378,20	\$ 7.377,71	\$ 7.866,09
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 53.143,16	\$ 41.807,00	\$ 44.574,52
(-)	Impuesto a la renta 22%	\$ 11.691,49	\$ 9.197,54	\$ 9.806,39
(=)	UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 41.451,66	\$ 32.609,46	\$ 34.768,13

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Elaborado por: La Autora


4.8.13 Flujo de caja

La realización del flujo de caja, tiene como finalidad medir la rentabilidad de la inversión que se desarrolla mediante el modelo de Nassir Sapag.

Toma como base los precios y las cantidades de producto que se planea vender anualmente según el estudio de mercado, así como los costos de producción, operación y depreciaciones de los activos, se construyen los flujos de caja del proyecto, que se utilizarán para calcular la rentabilidad del proyecto.

Primero se realiza el flujo de caja con los recursos propios, sin la utilización de los recursos de terceros, obteniendo los siguientes valores:

Tabla 79: Flujo de Caja con recursos propios

 TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION					
Flujo de Caja con recursos propios					
	DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
+	Ingresos Afectos a Impuestos		\$ 227.520,00	\$ 236.325,02	\$ 245.470,80
	Ventas		\$ 227.520,00	\$ 236.325,02	\$ 245.470,80
-	Gastos no desembolsables		\$ 164.442,30	\$ 170.806,22	\$ 176.907,34
	Costos de producción		\$ 151.777,75	\$ 157.651,55	\$ 163.752,67
	Gastos Administrativos		\$ 7.136,93	\$ 7.627,05	\$ 7.627,05
	Depreciación		\$ 5.527,62	\$ 5.527,62	\$ 5.527,62
=	Utilidad antes de impuestos		\$ 63.077,70	\$ 65.518,80	\$ 68.563,47
-	Impuestos		\$ 21.257,18	\$ 22.079,84	\$ 23.105,89
	15% Participación trabajadores		\$ 9.461,65	\$ 9.827,82	\$ 10.284,52
	22% Impuestos Renta		\$ 11.795,53	\$ 12.252,02	\$ 12.821,37
=	Utilidad después de impuestos		\$ 41.820,51	\$ 43.438,97	\$ 45.457,58
+	Ajustes por gastos no desembolsables		\$ 5.527,62	\$ 5.527,62	\$ 5.527,62
	Depreciación		\$ 5.527,62	\$ 5.527,62	\$ 5.527,62
-	Egresos no afectos a impuestos		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	Inversión Inicial	-\$61.110,00			
+	Beneficios no afectos a impuestos		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
=	FLUJO DE CAJA	-\$61.110,00	\$ 47.348,13	\$ 48.966,59	\$ 50.985,20

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Elaborado por: La Autora

Se determina que con el flujo de caja, la compañía obtendría en dinero para el primer año una cantidad de \$ 42.348,13 para el año 2 de \$ 48.966,59 y para el tercer año \$50.985,20 lo cual significa que con la venta de los nuevos productos, con los recursos propios obtiene buenas cantidades de dinero disponible para las nuevas inversiones.

De igual forma se determina el flujo de caja con el financiamiento, que en realidad adquiere la Compañía, para la implantación de los nuevos productos, con los cuales se obtiene los siguientes resultados.

4.8.14 Indicadores de rentabilidad de la inversión con recursos propios

Valor Actual Neto VAN

Para determinar la rentabilidad del proyecto se hace uso de las técnicas de evaluación de inversiones como el VAN y TIR.

Para el cálculo del VAN se utiliza esta fórmula:

$$VAN = \frac{Efn}{(1+i)^n} - I$$

Despejando la fórmula:

Tabla 80: Valor Actual Neto

Tabla 81: Valor Actual Neto con recursos propios

n	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
F	\$ 47.348,13	\$ 48.966,59	\$ 50.985,20
i	0,19	0,19	0,19
I	\$ 61.110,00		

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
F	\$ 47.348,13	\$ 48.966,59	\$ 50.985,20
(1+i) ⁿ	1,191	1,181	1,284
VAN=	\$ 39.739,09	\$ 41.461,97	\$ 39.708,10

$$VAN = \$ 134.698,23$$

Tabla 82. Tasa de interés

Tasa de Interés	
Inversión con un riesgo del 25%	0,153
3.87 % Tasa de crecimiento	0,039
Total	0,19

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Elaborado por: La Autora

Mediante el desarrollo del cálculo del valor actual neto VAN se obtiene \$134.689,23 dólares que se va a recuperar después de los tres años de producción, generando para la

empresa una rentabilidad favorable, porque ya se cubren en la mayor parte las deudas establecidas con la institución financiera.

4.8.15 Tasa interna de retorno (TIR) 1

La tasa interna de retorno ayuda a establecer el porcentaje de interés que debe utilizar la empresa, con la cual el VAN sea un valor igual a cero. Ayuda también a determinar en qué porcentaje debe calcular la tasa de interés al momento de que pretenda vender la empresa.

La fórmula que se utiliza es:

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{F_n}{(1+i)^n} = 0$$

Tabla 83: **Tasa Interna de Retorno**

	AÑOS	Inversión
		\$ 61.110,00
F1	\$ 47.348,13	
F2	\$ 48.966,59	
F3	\$ 50.985,20	
TIR=	60,09%	

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Elaborado por: La Autora

Se la conoce a la tasa interna de retorno como la tasa de descuento en el cual se valora la inversión relacionada con los pagos y las inversiones futuras que tendrá. Es decir la TIR permite conocer de manera porcentual cuando la empresa empieza a generar utilidad.

La empresa Textil New Blessings Corporation dentro de los tres años proyectados utiliza el 60,09% como la tasa de interés dentro de VAN, establece un valor en cero. Es decir que la empresa dentro de los años proyectados están en la capacidad de recuperar la inversión y sobre todo genera rentabilidad.

Tabla 84: Flujo de caja con financiamiento

TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION					
Flujo de Caja					
	DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
+	Ingresos Afectos a Impuestos		\$ 227.520,00	\$ 236.325,02	\$ 245.470,80
	Ventas		\$ 227.520,00	\$ 236.325,02	\$ 245.470,80
-	Gastos no desembolsables		\$ 164.442,30	\$ 170.806,22	\$ 176.907,34
	Costos de producción		\$ 151.777,75	\$ 157.651,55	\$ 163.752,67
	Gastos Administrativos		\$ 7.136,93	\$ 7.627,05	\$ 7.627,05
	Depreciación		\$ 5.527,62	\$ 5.527,62	\$ 5.527,62
	Intereses préstamo		\$ 1.964,52	\$ 758,27	\$ 0,00
=	Utilidad antes de impuestos		\$ 63.077,70	\$ 65.518,80	\$ 68.563,47
-	Impuestos		\$ 21.257,18	\$ 22.079,84	\$ 23.105,89
	15% Participación trabajadores		\$ 9.461,65	\$ 9.827,82	\$ 10.284,52
	22% Impuestos Renta		\$ 11.795,53	\$ 12.252,02	\$ 12.821,37
=	Utilidad después de impuestos		\$ 41.820,51	\$ 43.438,97	\$ 45.457,58
+	Ajustes por gastos no desembolsables		\$ 5.527,62	\$ 5.527,62	\$ 5.527,62
	Depreciación		\$ 5.527,62	\$ 5.527,62	\$ 5.527,62
-	Egresos no afectos a impuestos		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	Inversión Inicial	-\$ 61.110,00			
+	Beneficios no afectos a impuestos		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	Préstamo	\$ 11.110,00			
-	Amortización Deuda		\$ 5.484,18	\$ 6.690,44	
=	FLUJO DE CAJA	-\$ 50.000,00	\$ 41.863,95	\$ 42.276,15	\$ 50.985,20

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation**Elaborado por:** La Autora

La tabla de amortización de los pagos del crédito otorgado es de:

Tabla 85: Tabla de amortización

TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION						
TABLA DE AMORTIZACION DEL PRESTAMO FINANCIERO						
MONTO A FINANCIAR		\$ 11.110,00				
TASA ANUAL		22%				
TASA MENSUAL		0,0183				
TIEMPO A FINANCIAR		2				
N/PERIODOS		24				
CALCULO DE CUOTA						
PAGO		\$ -576,37				
INTERES		\$ -203,68				
CAPITAL		\$ -372,68				
Nº	SALDO INICIAL	CUOTA	INTERESES	CAPITAL	CAP.+INT.	SALDO FINAL
0						\$ 11.110,00
1	\$ 11.110,00	\$ 576,37	\$ 203,68	\$ 372,68	\$ 576,37	\$ 10.737,32
2	\$ 10.737,32	\$ 576,37	\$ 196,85	\$ 379,52	\$ 576,37	\$ 10.357,80
3	\$ 10.357,80	\$ 576,37	\$ 189,89	\$ 386,47	\$ 576,37	\$ 9.971,33
4	\$ 9.971,33	\$ 576,37	\$ 182,81	\$ 393,56	\$ 576,37	\$ 9.577,77
5	\$ 9.577,77	\$ 576,37	\$ 175,59	\$ 400,77	\$ 576,37	\$ 9.177,00
6	\$ 9.177,00	\$ 576,37	\$ 168,24	\$ 408,12	\$ 576,37	\$ 8.768,87
7	\$ 8.768,87	\$ 576,37	\$ 160,76	\$ 415,60	\$ 576,37	\$ 8.353,27
8	\$ 8.353,27	\$ 576,37	\$ 153,14	\$ 423,22	\$ 576,37	\$ 7.930,05
9	\$ 7.930,05	\$ 576,37	\$ 145,38	\$ 430,98	\$ 576,37	\$ 7.499,07
10	\$ 7.499,07	\$ 576,37	\$ 137,48	\$ 438,88	\$ 576,37	\$ 7.060,18
11	\$ 7.060,18	\$ 576,37	\$ 129,44	\$ 446,93	\$ 576,37	\$ 6.613,25
12	\$ 6.613,25	\$ 576,37	\$ 121,24	\$ 455,12	\$ 576,37	\$ 6.158,13
13	\$ 6.158,13	\$ 576,37	\$ 112,90	\$ 463,47	\$ 576,37	\$ 5.694,66
14	\$ 5.694,66	\$ 576,37	\$ 104,40	\$ 471,96	\$ 576,37	\$ 5.222,70
15	\$ 5.222,70	\$ 576,37	\$ 95,75	\$ 480,62	\$ 576,37	\$ 4.742,08
16	\$ 4.742,08	\$ 576,37	\$ 86,94	\$ 489,43	\$ 576,37	\$ 4.252,65
17	\$ 4.252,65	\$ 576,37	\$ 77,97	\$ 498,40	\$ 576,37	\$ 3.754,25
18	\$ 3.754,25	\$ 576,37	\$ 68,83	\$ 507,54	\$ 576,37	\$ 3.246,71
19	\$ 3.246,71	\$ 576,37	\$ 59,52	\$ 516,84	\$ 576,37	\$ 2.729,87
20	\$ 2.729,87	\$ 576,37	\$ 50,05	\$ 526,32	\$ 576,37	\$ 2.203,55
21	\$ 2.203,55	\$ 576,37	\$ 40,40	\$ 535,97	\$ 576,37	\$ 1.667,58
22	\$ 1.667,58	\$ 576,37	\$ 30,57	\$ 545,79	\$ 576,37	\$ 1.121,79
23	\$ 1.121,79	\$ 576,37	\$ 20,57	\$ 555,80	\$ 576,37	\$ 565,99
24	\$ 565,99	\$ 576,37	\$ 10,38	\$ 565,99	\$ 576,37	\$ 0,00

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Elaborado por: La Autora

4.8.16 Indicadores de rentabilidad de la inversión

Valor Actual Neto VAN

Para determinar la rentabilidad del proyecto se hace uso de las técnicas de evaluación de inversiones como el VAN y TIR.

Para el cálculo del VAN se utiliza esta fórmula:

$$VAN = \frac{Efn}{(1+i)^n} - I$$

Despejando la fórmula:

Tabla 86: Valor Actual Neto con recursos propios

n	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
F	\$ 47.348,13	\$ 48.966,59	\$ 50.985,20
i	0,19	0,19	0,19
I	\$ 61.110,00		

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
F	\$ 47.348,13	\$ 48.966,59	\$ 50.985,20
(1+i) ⁿ	1,191	1,181	1,284
VAN=	\$ 39.739,09	\$ 41.461,97	\$ 39.708,10

$$VAN = \$ 134.689,23$$

Tasa de Interés	
Inversión con un riesgo del 20%	0,153
3.87 % Tasa de crecimiento	0,039
Total	0,19

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Elaborado por: La Autora

Mediante el desarrollo del cálculo del valor actual neto VAN se obtiene \$134.689,23 dólares, con el cual la Compañía recupera la inversión que se realizó para los nuevos productos con el aporte propio de la institución.

Tabla 87: Valor Actual Neto con recursos Financiados

n	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
F	\$ 41.863,95	\$ 42.276,15	\$ 50.985,20
i	0,19	0,19	0,19
I	\$ 61.110,00		

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
F	\$ 41.863,95	\$ 42.276,15	\$ 50.985,20
(1+i) ⁿ	1,191	1,181	1,284
VAN=	\$ 35.136,24	\$ 35.796,91	\$ 39.708,10

$$VAN = \$ 125.382,52$$

Tasa de Interés	
Inversión con un riesgo del 20%	0,153
3.87 % Tasa de crecimiento	0,039
Total	0,19

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Mediante el desarrollo del cálculo del valor actual neto VAN se obtiene \$125.382,52 dólares que se va a recuperar después de los tres años de producción, generando para la empresa una rentabilidad favorable, porque ya se cubrir en la mayor parte las deudas establecidas con la institución financiera.

4.8.17 Tasa interna de retorno (TIR) 2

La tasa interna de retorno ayuda a establecer el porcentaje de interés que debe utilizar la empresa, con la cual el VAN sea un valor igual a cero. Ayuda también a determinar en qué porcentaje debe calcular la tasa de interés al momento de que pretenda vender la empresa.

La fórmula que se utiliza es:

$$TIR = \sum_{n=0}^{\infty} \frac{F_n}{(1+i)^n} = 0$$

A continuación se realiza el cálculo de la tasa interna de retorno, con el flujo de caja con los recursos propios:

Tabla 88: Tasa Interna de Retorno con recursos propios

	AÑOS	Inversión
		\$ 61.110,00
F1	\$ 47.348,13	
F2	\$ 48.966,59	
F3	\$ 50.985,20	
TIR=	60,09%	

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Elaborado por: La Autora

Se la conoce a la tasa interna de retorno como la tasa de descuento en el cual se valora la inversión relacionada con los pagos y las inversiones futuras que tendrá. Es decir la TIR permite conocer de manera porcentual cuando la empresa empieza a generar utilidad.

Tabla 89: Tasa interna de retorno con recursos financiados

	AÑOS	Inversión
		\$ 61.110,00
F1	\$ 41.863,95	
F2	\$ 42.276,15	
F3	\$ 50.985,20	
TIR=	50,95%	

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Elaborado por: La Autora

La empresa Textil New Blessings Corporation dentro de los tres años proyectados utiliza el 50,95% como la tasa de interés dentro de VAN, establece un valor en cero. Es decir que la empresa dentro de los años proyectados están en la capacidad de recupere la inversión y sobre todo genera rentabilidad.

4.8.18 Análisis financiero

Tabla 90: Análisis financiero

Análisis	Flujo de caja recursos propios	Flujo de caja financiado
VAN	\$ 134.698,23	\$ 125.382,52
TIR	60,09%	50,95%

Fuente: Empresa Textil New Blessings Corporation

Elaborado por: La Autora

Como se puede observar en la tabla, la rentabilidad de la Compañía se recupera favorablemente dentro de los tres años proyectados, ya sea con la inversión propia o recursos propios de \$ 134.698,23 en VAN y TIR del 60,09%, pero con la utilización de un préstamo se obtiene \$ 125.382,52 en VAN y TIR de 50,95%, es decir siempre a la institución le conviene realizar la implementación de los productos con los recursos propios, con esos se disminuyen los gastos de interés que se debe pagar a las Instituciones Financieras.

4.8.19 Tasa beneficio –costo

La relación del Beneficio –costo se obtiene mediante la división del valor de los ingresos con el valor actual de costos (egresos) a una tasa igual al rendimiento mínimo aceptable conocida también como tasa de evaluación.

El cálculo que se realiza para el beneficio costos es simple, se divide la suma de los ingresos de los años proyectas entre la suma de los costos actualizado de todos los años proyectados, que están relacionados con la implementación de los productos.

Los beneficios que se pueden identificar son:

$B/C > 1$ = Proyecto aceptable

$B/C = 0$ = Proyecto postergado

$B/C < 0$ = Proyecto no Aceptable

$$Tasa\ Beneficio - Costo = \frac{\$ Ingresos\ Brutos}{\$ Costos\ Totales\ del\ Protecto}$$

$$Tasa\ Beneficio - Costo = \frac{\$ 709.315,83}{\$556.590,41}$$

$$Tasa\ Beneficio - Costo = \$1,27$$

La Compañía con el cálculo relación beneficio –costo con los recursos propios es tiene \$1.27 de recuperación y con un beneficio por cada dólar invertido, es decir que el proyecto de la comercialización en línea de los proyectos masivo es un proyecto aceptable, en cual se obtendrá ingresos beneficiosos para la institución.

4.8.20 Tasa beneficio costo con un financiamiento

$$Tasa\ Beneficio - Costo = \frac{\$ Ingresos Brutos}{\$ Costos Totales del Protecto}$$

$$Tasa\ Beneficio - Costo = \frac{\$ 709.315,83}{\$ 561.628,82}$$

$$Tasa\ Beneficio - Costo = \$1,26$$

La Compañía con el cálculo relación beneficio –costo con los recursos financiados es tiene \$1.26 de recuperación y con un beneficio por cada dólar invertido, es decir que a la empresa para disminuirse los gastos siempre que decidan implementar un producto le conviene realizar con los recursos propios.

CONCLUSIONES

- Se concluye que en la empresa Textil New Blessings Corporation Cía. Ltda se realizó un diagnóstico general de la entidad mediante el análisis FODA, las cinco fuerzas de Michael Porter, con el propósito de conocer el grado de eficacia con que la empresa responde a los aspectos internos y externos. En lo cual se determina que la empresa no cuenta con un plan de negocio la cual le permita tener una adecuada organización empresarial, ayudando a establecer adecuadamente la administración y establecer financieramente los costos de producción, y los gastos que se generan para obtener un producto terminado, es decir que no se realizan los balances los con el fin de conocer la rentabilidad que se obtiene durante el periodo económico.
- Se determinó el mercado objetivo para el direccionamiento de las estrategias necesarias para la comercialización de la diversificación de productos a incrementar en la empresa y se detalla la demanda potencial insatisfecha (DPI), es decir, la cantidad de clientes que demanda las prendas de vestir para este caso aproximadamente para el año 2018 son 60895 personas que necesitan adquirir blusas culturales y que la cantidad de oferta que existente actualmente en el cantón Riobamba no alcanza a satisfacer las necesidades de vestuario y deseos de los habitantes de toda la provincia de Chimborazo, ya que cuben aproximadamente a 35640 cliente. Por tanto, con el plan de negocios, se busca conocer técnicas de posicionamiento, nuevos mercados, la oferta, demanda de las blusas culturales, camisetas y la ropa en general. Se determinó la DPI de 25255 clientes al año y diario 69 personas que pueden comprar los productos, relacionado con todo tipo de ropa.
- Se concluye que en la empresa Textil New Blessings Corporation Cía. Ltda, para incrementar sus ventas se desarrolló estrategias de marketing, mediante el marketing Mix o 4P, para un mayor posicionamiento en el mercado.
- Finalmente se desarrollar un estudio técnico en la cual se establezca la diversificación de productos a través de la propuesta de cinco productos tales como camiseta cuello de bandeja, camiseta cuello de tortuga maga larga, camiseta cuello box, camiseta cola de pato y blusa cultural de mujer con bordado artesanal, para

llevar a cabo con éxito la diversificación que inicia con el establecimiento de flujogramas, actividades administrativas, producción, ventas, manejo y cuidado de documentos.

- El análisis financiero que determine la inversión requerida y el tiempo de recuperación de la inversión, la rentabilidad de la Compañía se recupera favorablemente dentro de los tres años proyectados, ya sea con la inversión propia o recursos propios de \$ 134.698,23 en VAN y TIR del 60.09%, pero con la utilización de un préstamo se obtiene \$ 125.382,52 en VAN y TIR de 50.95%, es decir siempre a la institución le conviene realizar la implementación de los productos con los recursos propios, con esos se disminuyen los gastos de interés que se debe pagar a las instituciones financieras. La compañía con el cálculo relación beneficio –costo tiene \$1.27 de recuperación y con un beneficio por cada dólar invertido, es decir que el proyecto de la comercialización en línea de los proyectos masivo es un proyecto aceptable, en cual se obtendrá ingresos beneficiosos para la institución.

RECOMENDACIONES

- Desarrollar de manera estratégica los aspectos importantes para la implementación del plan de negocios para establecer la parte legal de los aspectos que regulan las actividades económicas y administrativas de la empresa.
- Analizar nuevos mercados para que la empresa sea competitiva, con la finalidad de incrementar o mejorar e incrementar las ventas, mediante una constante capacitación a los trabajadores en la producción de los diferentes procesos que se utilizan.
- Ejecutar el plan de negocio, con el propósito de llevar forma efectiva y eficiente los activos, pasivos y patrimonio de la empresa. Además que con el plan de negocios se permite almacenar de forma organizada los inventarios de la materia prima, las salidas y entradas de los productos, los contratos de compras con los proveedores y la entregan en el tiempo y plazo establecido los productos a los clientes, con el propósito de satisfacer las necesidades y requerimiento de los clientes
- Aplicar adecuadamente el plan de negocio establecido, el cual le permite conocer las nuevas estrategias administrativas, de marketing, técnicas y financieras, con la finalidad de poder conocer cuándo se puede volver a incrementar la producción, mediante la evaluación de los resultados obtenidos y la rentabilidad de proyecto con el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR).

BIBLIOGRAFÍA

- Agueda, E., Madariaga, J., Narros, J., Pascuala, C., Reinares, E., & Saco, M. (2008). *Principios de Marketing*. Madrid: ESIC.
- Asociación de industriales Textiles del Ecuador. (2016). *Historia y Actualidad*.
Obtenido de <http://www.aite.com.ec/industria.html>
- Balanko, G., & Dickson, A. (2008). *Cómo Preparar Un Plan de Negocios Exitoso*.
México: McGraw- Hill.
- Banco Central del Ecuador. (26 de 01 de 2017-2018). *La inflación en el Ecuador*.
Obtenido de <http://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion>
- Bateman, T., & Snell, S. (2005). *Administración. Un nuevo panorama competitivo*.
México: McGraw-Hill.
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: Pearson Educacion.
- Borello , A. (1994). *El plan de Negocios*. Madrid: Díaz de santos.
- Errosa, M. (2004). *Proyectos de Inversión en Ingeniería: Su metodología*. México: Limusa, S.A.
- Fernández, S. (2007). *Los proyectos de inversion*. Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica.
- Garcia, J. (2012). *Métodos de investigación administrativa guía de elaboración de tesis*. México: Trillas.
- Hurtado, I., & Toro, J. (2007). *Paradigmas y métodos de la investigación en tiempo de cambio*. Caracas: El Nacional.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Población y Demografía*. Obtenido de INEC: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-de-poblacion-y-vivienda/#>
- Longenecker , J. (2001). *Administración de Pequeñas Empresas: un enfoque emprendedor*. México: Thomson.
- Meza, J. (2013). *Evaluación financiera de proyectos: 10 casos prácticos resueltos en excel*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Namakforoosh, M. (2005). *Metodología de la investigación*. México: Limusa Noriega Editores.
- Ruíz, C. G. (2008). *Manual para la creación de empresas*. Bogotá: Ecoe ediciones.

- Salazar, R. C. (2010). *Formulación y Evaluación de un Plan de Negocio*. Quito: Fenix Comunicaciones.
- Thomsen, M. (2009). *El plan de negocios dinámico-cómo iniciar un negocio*. Escandinavia: Thomsen Business.
- Uribe, J. A. (2015). *Plan de negocio para pequeñas empresas*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Viniegra, S. (2007). *Entendiendo el plan de negocios*. Bogotá: lulu.com.
- Zabala, H. (2005). *Planeación estratégica aplicada a cooperativas y demás formas asociativas y solidarias*. Medellín: Indesco.
- Zorita, E., & Huarte, S. (2013). *El Plan de Negocio Curso ESIC de emprendimiento y gestión empresarial*. Madrid: ESIC EDITORIAL.

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta para ropa causal de hombre



FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA CUESTIONARIO PARA ROPA CAUSAL DE HOMBRE

Objetivo:

Conocer las tendencias del mercado para el establecimiento de las mejores estrategias para captar un nuevo mercado.

Edad

12 años a 20 años	
21 años a 30 años	
31 años a 40 años	
40 años a mas	

Ocupación Actividad

Profesional	
Estudiante universitario	
Estudiante medio	
Otros	

1.- Que importancias da a tu vestuario

Mucha	
Poca	
Nada	

2.- Como calificas la producción Nacional de ropa

Excelente	
Muy Buena	
Buena	
Regular	
Mala	

3. Qué tipo de prendas consume con más frecuencia

Pantalones de tela	
Pantalones jeans	
Busos	
Camisetas	
Camisas	
Chaquetas	
Short	

4.- Para adquirir ropa usted, toma la decisión en base a:

Precio	
Calidad	
Marca	

5.- Nombre cuatro sectores donde compra la ropa habitualmente

1	
2	
3	
4	

6. Con qué frecuencia compra ropa

Una vez a la semana	
Una vez al mes	
Entre un mes y dos	
De seis meses en adelante	

7.- Cuanto gasta en el consumo de ropa

\$ 40,00 a \$ 60,00	
\$ 70,00 a \$ 100,00	
\$101,00 a \$150,00	
\$151,00 en adelante	

8.- Que medios de comunicación utiliza para informarte sobre la moda.

Televisión	
Prensa escrita	
Redes sociales	
Otros	

9.- Cual es la procedencia de la ropa adquiere usted

Nacional	
Extranjera	

Anexo 2: Encuesta para ropa cultural de mujer



FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA CUESTIONARIO PARA ROPA CULTURAL DE MUJER

Objetivo:

Conocer las tendencias del mercado para el establecimiento de las mejores estrategias para captar un nuevo mercado.

Edad

12 años a 20 años	
21 años a 30 años	
31 años a 40 años	
40 años a mas	

Ocupación Actividad

Profesional	
Estudiante universitario	
Estudiante medio	
Otros	

1.- Que importancia da a su vestuario?

Mucha	
Poca	
Nada	

2.- Con qué frecuencia compra ropa?

Una vez a la semana	
Una vez al mes	
Entre un mes y dos	
De seis meses en adelante	

3.- Con qué frecuencia utiliza ropa Cultural?

Siempre	
A menudo	
De vez en cuando	
Ya no utilizo con frecuencia	

4.- Encuentra con facilidad la venta de ropa cultural.

SI	
NO	

5.- Nombre cuatro sectores donde compra ropa con más frecuencia.

1	
2	
3	
4	

5.- Para adquirir ropa usted, toma la decisión en base a:

Precio	
Calidad	
Marca	

6.- ¿Cree usted que la ropa cultural está perdiendo el valor Étnico en la actualidad, por qué?

SI	
NO	

.....

7.- Cree necesario que se realice publicidad para dar a conocer la ropa cultural?

SI	
NO	

8.- Compraría ropa Cultural de una empresa nueva como Textil New Blessings?

SI	
NO	

Anexo 3: Diseño de la camiseta pegar cuero

New Blessings Corporation Textil Cia. Ltda. **DISEÑO DEL PRODUCTO** OP: 16-06-056

MODELO	VAN PERSIE	MARCA	Blessings	TEMPORADA	O-I 2017	ARTICULO DE TELA	JERSEY 30/1	CANT. TOTAL	S	M	L	XL
DESCRIPCIÓN	Polo Combinado	SUB-TIPO DE PRENDA	M. CORTA	Nº DE MUESTRA		FECHA DE PRODUCCIÓN	02/10/2017		32	32	16	16
TIPO DE PRENDA	Polo	USUARIO DE PRENDA	Caballero	Nº DE MOLDE	A18K140	TALLER SERVICIO		TOTAL	96			
								CURVA	2	2	1	1



BLESSINGS

pegar cuero

COMBINACION

JERSEY 30/1		
Color 1	Color 2	Cuero
Verde Militar	Blanco	Kaky
Azul Marino	Melanch	Kaky
Jaspeado Tintu	Negro Farfan	Kaky
Negro	Blanco	Kaky

LEYENDA DE HILOS

ATONO

LADO IZQUIERDO
Etiqueta insertada



9CM
TERMINADO

Estampado de talla



FASES → CORTE → ESTAMPADO → CONFECCION → ACABADOS → DESPACHO

Anexo 4: Diseño de la camiseta pegar Tuill

New Blessings Corporation Textil Cia. Ltda. **DISEÑO DEL PRODUCTO** OP: 16-06-056

MODELO	Mesut	MARCA	Blessings	TEMPORADA	O-I 2017	ARTICULO DE TELA	Jersey Mot.	CANT. TOTAL	S	M	L	XL
DESCRIPCIÓN	Polo Cuello V	SUB-TIPO DE PRENDA	M. CORTA	Nº DE MUESTRA		FECHA DE PRODUCCIÓN	02/10/2017		32	32	26	16
TIPO DE PRENDA	Polo	USUARIO DE PRENDA	Caballero	Nº DE MOLDE	A18K141	TALLER SERVICIO		TOTAL	106			
								CURVA	2	2	1½	1



pegar Tuill

B

pegar Cuero
4 cm de la basta
9 cm del costado

COMBINACION

JERSEY 30/1		
Color 1	Color 2	Cuero
Coral Fucion		Natural
Azul Navi		Natural
Azul Oscuro		Natural
Negro		Natural

LEYENDA DE HILOS

ATONO

LADO IZQUIERDO
Etiqueta insertada



9CM
TERMINADO

Estampado de talla



FASES → CORTE → ESTAMPADO → CONFECCION → ACABADOS → DESPACHO

Anexo 5: Diseño de la camiseta pegar basta y cortado de 9cm

New Blessings Corporation Textil Cia. Ltda. **DISEÑO DEL PRODUCTO** OP: 16-06-056

MODELO	GOURCUFF	MARCA	Blessings	TEMPORADA	O-I 2017	ARTICULO DE TELA	JERSEY 30/1	CANT. TOTAL	S	M	L	XL	
DESCRIPCIÓN	Polo Puño Combinado	SUB-TIPO DE PRENDA	M. CORTA	Nº DE MUESTRA		FECHA DE PRODUCCIÓN	02/10/2017		32	32	24	16	
TIPO DE PRENDA	Polo	USUARIO DE PRENDA	Caballero	Nº DE MOLDE	A18K142	TALLER SERVICIO		TOTAL	104				
CURVA									2	2	1 ^{1/2}	1	



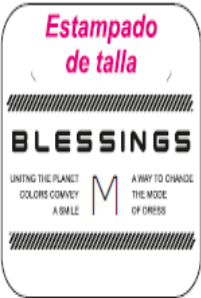
COLOR	S	M	L	XL	TOTAL
Vino	8	8	6	4	24
blanco	8	8	6	4	24
Jaspeado Tintu	8	8	6	4	24
Negro	8	8	6	4	24
	32	32	24	16	104

LADO IZQUIERDO
Etiqueta insertada



JERSEY 30/1			
Color 1	Color 2	Cuero	
Vino	Negro Mot.	Kaky	
Blanco	Negro Mot.	Kaky	
Jaspeado Tintu	Negro Mot.	Kaky	
Negro	Negro Mot.	Kaky	

LEYENDA DE HILOS
ATONO



FASES → CORTE → ESTAMPADO → CONFECCION → ACABADOS → DESPACHO

Anexo 6: Reclutamiento del Gerente General

Textil New Blessings Corporation PERFIL DEL PUESTO	
Nombre del Puesto:	Gerente General
Funciones Generales:	Líder, capaz de realizar una planeación, organización y mantener una buena relación con los colaboradores.
Perfil:	Formación académica: Título profesional en Administración de Empresas, Comercial y Finanzas. Conocimiento adicional: Planificación financiera, emprendimientos y paquetes de office.
Experiencia:	2 años de posiciones o responsabilidad que estén similares o afines a la actividad.
Funciones Específicas:	
Dirigir, planificar y coordinar con los trabajadores las actividades a realizar en los tiempos establecidos.	Supervisar el cumplimiento de todas las Obligaciones, Derechos, Ordenanzas, Reglamentos, etc.
Elaborar los planes y programas para mejorar los productos.	Aplicar las normas en el control de los recursos humanos, económicos, técnicos y administrativos.
Definir planes de trabajo de cada área de la empresa, cumplir y hacer cumplir los reglamentos y normas de procedimientos, coordinar las acciones de las distintas áreas a su cargo.	Desarrollar algunas actividades del área, comercializar y analizar el informe realizado por los vendedores y tomar decisiones.
La persona interesada enviar hoja de vida al correo:	<i>newblessings@yahoo.com</i>

Anexo 7: Reclutamiento de la Secretaria

Textil New Blessings Corporation PERFIL DEL PUESTO	
Nombre del Puesto:	Secretaria
Funciones Generales:	Debe ser de total apoyo en las actividades de dirección, capaz de solucionar los problemas, y sobre todo mantener una buena comunicación con todos los empleados.
Perfil:	Formación académica: Estudios en contabilidad e informática. Conocimientos adicionales: Calidad de servicio al cliente, paquetes de office.
Experiencia:	Conocimiento previo relacionado al área o afines.
Funciones Específicas:	
Elaborar los planes y programas para mejorar los productos.	Apoyar al gerente en cada una de sus actividades diarias.
Efectuar los informes pertinentes que necesite el gerente.	Atención al cliente, realización de notas de pedidos etc.
Atender llamadas telefónicas y la recepción.	Llevar la lista de los contactos de los respectivos clientes y proveedores.
La persona interesada enviar hoja de vida al correo:	<i>newblessings@yahoo.com</i>

Anexo 8: Reclutamiento del Contador

Textil New Blessings Corporation PERFIL DEL PUESTO	
Nombre del Puesto:	Contador
Funciones Generales:	Debe tener conocimientos contables generales dentro de la contabilidad de costos, y de igual manera debe ser un apoyo para la gerencia al momento de tomar decisiones.
Perfil:	Formación académica: Estudios en contabilidad de costos y sistemas contables. Conocimientos adicionales: Calidad de servicio al cliente, paquetes de office.
Experiencia:	2 años en Conocimiento previo relacionado al área o afines.
Funciones Específicas:	
Elaborar los planes y programas para mejorar los productos.	Apoyar al gerente en cada una de sus actividades diarias.
Efectuar los informes pertinentes que necesite el gerente.	Llevar el registro de las cuentas bancarias y paga a los proveedores.
Desarrollar los balances financieros el cual ayude en la toma de decisiones.	Llevar la lista de los contactos de los respectivos clientes y proveedores.
La persona interesada enviar hoja de vida al correo:	<i>newblessings@yahoo.com</i>

Anexo 9: Reclutamiento del Jefe de Almacén

Textil New Blessings Corporation PERFIL DEL PUESTO	
Nombre del Puesto:	Jefe de Almacén
Funciones Generales:	Se encarga del área de ventas y la adecuada coordinación el cual permite tener un control de las actividades de este departamento, las tarifas principales que realiza son las compras a los proveedores y elaborar los nuevos diseños en relación a la competencia.
Perfil:	Formación académica: Título profesional en Administración de Empresas, Comercial y Finanzas. Conocimientos adicionales: Planificación financiera, técnicas de Negociación.
Experiencia:	2-3 años en Conocimiento previo relacionado al área o afines.
Funciones Específicas:	
Tener un gran conocimiento sobre la gestión de compras y stocks.	Facilidad de trato y relación.
Facilidad de comunicación con los trabajadores.	Habilidad de negociación con los clientes.
Establecer los procedimientos que se requiera para la compra de los materiales que se utilizan en la producción.	Conocer adecuadamente sobre el manejo de los respectivos suministros de oficina.
La persona interesada enviar hoja de vida al correo:	<i>newblessings@yahoo.com</i>

Anexo 10: Reclutamiento del Diseño

Textil New Blessings Corporation PERFIL DEL PUESTO	
Nombre del Puesto:	Diseñador
Funciones Generales:	Encargado de realizar los productos en relación a los nuevos diseños, los cuales debe estar acorde a las necesidades de los clientes y sobre todos debe estar en constante competencia con el mercado.
Perfil:	Formación académica: Título profesional en diseñador de moda. Conocimientos adicionales: Elaborar prendas de vestir para hombres y mujer.
Experiencia:	2-3 años en Conocimiento previo relacionado al área o afines.
Funciones Específicas:	
Ofrecerles a tus clientes no solo tus propios diseños, sino también todos los diseños disponibles en el mercado.	Activar carga de imagen, Permíteles a tus clientes subir sus propias imágenes o archivos gráficos.
Encargado de comprobar si el archivo es adecuado para la impresión y así conseguimos una calidad de impresión suficientemente buena.	Dentro de los díselos debe archivar y añadir el texto.
Permite a los clientes que ellos sean los que añadan el texto a sus productos.	Debe realizar los cambios de los textos adecuados a los diseños realizados.
La persona interesada enviar hoja de vida al correo:	<i>newblessings@yahoo.com</i>

Anexo 11: Reclutamiento de Producción

Textil New Blessings Corporation PERFIL DEL PUESTO	
Nombre del Puesto:	Producción
Funciones Generales:	Estará encargado de la elaboración de los arreglos florales de manera constante, los cuales serán diseñados con flores secas y naturales para todo tipo de evento u ocasión que el cliente los solicite.
Perfil:	Formación académica: Cote y Confección Conocimientos adicionales: Tener conocimiento del sector artesanal y experiencia en el puesto.
Experiencia:	Conocimiento previo relacionado al área o afines.
Funciones Específicas:	
Tener un gran conocimiento sobre la gestión de compras y stocks.	Facilidad de comunicación con los trabajadores.
Capacidad de trabajar en equipo.	Habilidad de negociación con los clientes.
Conocimiento del mercado financiero.	Realizar adecuadamente los cortes y aparados en polo, camisetas, Jeans, bermudas.
La persona interesada enviar hoja de vida al correo:	<i>newblessings@yahoo.com</i>

Anexo 12: Reclutamiento del Jefe de ventas

Textil New Blessings Corporation PERFIL DEL PUESTO	
Nombre del Puesto:	Jefe de Ventas
Funciones Generales:	Esta responsable en velar que la atención al cliente sea buena, de igual forma está encargado de controlar la salida de mercadería con su respectivo cobro. De igual forma es el responsable de mantener el stock mínimo de mercadería y desarrollar los respectivos pedidos.
Perfil:	<p>Formación académica: Conocimientos en ventas y moda.</p> <p>Conocimientos adicionales: Tener conocimiento del sector artesanal y experiencia en el puesto.</p>
Experiencia:	Conocimiento previo relacionado al área o afines.
Funciones Específicas:	
Asiste a las respectivas reuniones mensuales, con la finalidad de aprobar las decisiones tomadas.	Desarrollar y dirigir programas tareas y asignar trabajo entre el personal del área.
Aprobación de las telas que se utilizan en la producción.	Planificar conjuntamente con el departamento administrativo sobre las políticas generales.
Ser responsable en el mantenimiento de un programa sobre venta.	Supervisa la producción.
La persona interesada enviar hoja de vida al correo:	<i>newblessings@yahoo.com</i>


Anexo 13: Reclutamiento del Vendedor

Textil New Blessings Corporation PERFIL DEL PUESTO	
Nombre del Puesto:	Vendedor
Funciones Generales:	Habilidades de tratar a los clientes y al público en general de manera amable, expresándose claramente, con una buena relación y buena presentación personal.
Perfil:	Formación académica: Conocimientos en ventas y moda. Conocimientos adicionales: Tener conocimiento del sector artesanal y experiencia en el puesto.
Experiencia:	Conocimiento previo relacionado al área o afines.
Funciones Específicas:	
Desarrollar y dirigir programas tareas y asignar trabajo entre el personal del área.	Supervisa la producción.
Asiste a las respectivas reuniones mensuales, con la finalidad de aprobar las decisiones tomadas.	Planificar conjuntamente con el departamento administrativo sobre las políticas generales.
Aprobación de las telas que se utilizan en la producción.	Ser responsable en el mantenimiento de un programa sobre venta.
La persona interesada enviar hoja de vida al correo:	<i>newblessings@yahoo.com</i>


Anexo 14: Reclutamiento del Bodeguero

Textil New Blessings Corporation PERFIL DEL PUESTO	
Nombre del Puesto:	Bodeguero
Funciones Generales:	Controla toda la mercadería existente, con el fin de mantener siempre la mercadería disponible en stock.
Perfil:	<p>Formación académica: Conocimientos en ventas</p> <p>Conocimientos adicionales: Tener conocimiento del sector artesanal y experiencia en el puesto.</p>
Experiencia:	Conocimiento previo relacionado al área o afines.
Funciones Específicas:	
Controlar las mercaderías existentes en stock.	Supervisa la producción.
Controlar todas las ventas que se realizan estén mediante a los requerimientos del cliente.	Debe majare la mercadería mediante el métodos promedio.
A departamento de producción debe controlar que nunca les falte la materia prima.	Ser responsable en el mantenimiento de un programa sobre venta.
La persona interesada enviar hoja de vida al correo:	<i>newblessings@yahoo.com</i>


Anexo 15: Costo de Producción de Polos Cuello redondo

<div>  <div> TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION Costo de Producción Hoja de Costo N° 1 Producto: Polos Cuello redondo Unidad de Medida: Unidades </div> </div>					
Materia Prima					
	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Subtotal	Total
Materia Prima y Materiales					\$ 2,50
Tela Prima	0,223	Kg	\$ 11,20	\$ 2,24	
Hilo	0,00333	Cono	\$ 2,10	\$ 0,01	
Materia Prima Indirecta					\$ 0,60
Etiqueta	1	Unidad	\$ 0,25	\$ 0,25	
Estampado	1	Unidad	\$ 0,10	\$ 0,10	
Avió	1	Unidad	\$ 0,20	\$ 0,20	
Instrucciones de uso	1	Unidad	\$ 0,05	\$ 0,05	
Total Materia Prima					\$ 3,10
Mano de Obra Directa e Indirecta					
Proceso	Cantidad	Unidad	Costo	Subtotal	Total
Servicio de maquilado	1	Unidad	\$ 0,65	\$ 0,65	
Acabados	1	Unidad	\$ 0,25	\$ 0,25	
Jefe de Producción	0,0005	Unidad	\$ 450,00	\$ 0,23	
Cortadora	0,0005	Unidad	\$ 150,00	\$ 0,08	
Agente Vendedor	1	Unidad	\$ 0,64	\$ 0,64	
Gerente	0,0005	Unidad	\$ 700,00	\$ 0,35	
Total					\$ 2,19
Costos Indirectos de Fabricación					
	Cantidad		Costo	Subtotal	Total
Dep. Maquinaria	0,0005		\$ 129,83	\$ 0,06	
Dep. Equipo de oficina	0,0005		\$ 15,20	\$ 0,01	
Gasto servicios Básicos	0,0005		\$ 60,00	\$ 0,03	
				\$ 0,00	
				\$ 0,00	
Total Costos Indirectos de Fabricación					\$ 0,10
TOTAL COSTOS					\$ 5,40

Anexo 16: Costo de Producción de Poloron

<div><div></div><div>TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION</div></div>					
Costo de Producción					
Hoja de Costo N° 3					
Producto: Poloron			Unidad de Medida:		Unidades
Materia Prima					
	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Subtotal	Total
Materia Prima y Materiales					\$ 5,71
Tela Prima algodón Imp	0,4	Kg	\$ 14,25	\$ 5,70	
Hilo	0,006	Cono	\$ 2,10	\$ 0,01	
Materia Prima Indirecta					\$ 0,70
Etiqueta	1	Unidad	\$ 0,25	\$ 0,25	
Estampado	1	Unidad	\$ 0,20	\$ 0,20	
Avió	1	Unidad	\$ 0,20	\$ 0,20	
Instrucciones de uso	1	Unidad	\$ 0,05	\$ 0,05	
Total Materia Prima					\$ 6,41
Mano de Obra Directa e Indirecta					
Proceso	Cantidad	Unidad	Costo	Subtotal	Total
Servicio de maquilado	1	Unidad	\$ 0,65	\$ 0,65	
Acabados	1	Unidad	\$ 0,25	\$ 0,25	
Jefe de Producción	0,0005	Unidad	\$ 450,00	\$ 0,23	
Cortadora	0,0005	Unidad	\$ 150,00	\$ 0,08	
Agente Vendedor	1	Unidad	\$ 0,64	\$ 0,64	
Gerente	0,0005	Unidad	\$ 700,00	\$ 0,35	
Total					\$ 2,19
Costos Indirectos de Fabricación					
	Cantidad		Costo	Subtotal	Total
Dep. Maquinaria	0,0005		\$ 129,83	\$ 0,06	
Dep. Equipo de oficina	0,0005		\$ 15,20	\$ 0,01	
Gasto servicios Básicos	0,0005		\$ 60,00	\$ 0,03	
				\$ 0,00	
				\$ 0,00	
Total Costos Indirectos de Fabricación					\$ 0,10
TOTAL COSTOS					\$ 8,71

Anexo 17: Costo de Producción de Polos Box Camisero

<div>  <div> TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION Costo de Producción Hoja de Costo N° 2 Producto: Polos Box Camisero Unidad de Medida: Unidades </div> </div>					
Materia Prima					
	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Subtotal	Total
Materia Prima y Materiales					\$ 3,80
Tela Prima algodón Imp	0,3	Kg	\$ 12,62	\$ 3,79	
Hilo	0,00444	Cono	\$ 2,10	\$ 0,01	
Materia Prima Indirecta					\$ 0,72
Etiqueta	1	Unidad	\$ 0,25	\$ 0,25	
Estampado	1	Unidad	\$ 0,10	\$ 0,10	
Avió	1	Unidad	\$ 0,20	\$ 0,20	
Botones	4	Unidad	\$ 0,03	\$ 0,12	
Instrucciones de uso	1	Unidad	\$ 0,05	\$ 0,05	
Total Materia Prima					\$ 4,52
Mano de Obra Directa e Indirecta					
Proceso	Cantidad	Unidad	Costo	Subtotal	Total
Servicio de maquilado	1	Unidad	\$ 0,65	\$ 0,65	
Acabados	1	Unidad	\$ 0,25	\$ 0,25	
Jefe de Producción	0,0005	Unidad	\$ 450,00	\$ 0,23	
Cortadora	0,0005	Unidad	\$ 150,00	\$ 0,08	
Agente Vendedor	1	Unidad	\$ 0,64	\$ 0,64	
Gerente	0,0005	Unidad	\$ 700,00	\$ 0,35	
Total					\$ 2,19
Costos Indirectos de Fabricación					
	Cantidad		Costo	Subtotal	Total
Dep. Maquinaria	0,0005		\$ 129,83	\$ 0,06	
Dep. Equipo de oficina	0,0005		\$ 15,20	\$ 0,01	
Gasto servicios Básicos	0,0005		\$ 60,00	\$ 0,03	
				\$ 0,00	
				\$ 0,00	
Total Costos Indirectos de Fabricación					\$ 0,10
TOTAL COSTOS					\$ 6,81

Anexo 18: Costo de Producción del Blusa Cultural

TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION Costo de Producción Hoja de Costo N° 5 Producto: Blusa Cultural Unidad de Medida: Unidades					
Materia Prima					
	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Subtotal	Total
Materia Prima y Materiales					\$ 6,32
Tela Prima algodón	0,5	Kg	\$ 12,62	\$ 6,31	
Hilo	0,007	Cono	\$ 2,10	\$ 0,01	
Materia Prima Indirecta					\$ 0,50
Etiqueta	1	Unidad	\$ 0,25	\$ 0,25	
Avió	1	Unidad	\$ 0,20	\$ 0,20	
Instrucciones de uso	1	Unidad	\$ 0,05	\$ 0,05	
Total Materia Prima					\$ 6,82
Mano de Obra Directa e Indirecta					
Proceso	Cantidad	Unidad	Costo	Subtotal	Total
Servicio de maquilado	1	Unidad	\$ 0,40	\$ 0,40	
Acabados	1	Unidad	\$ 0,25	\$ 0,25	
Jefe de Producción	0,0006	Unidad	\$ 450,00	\$ 0,27	
Cortadora	0,0006	Unidad	\$ 150,00	\$ 0,09	
Agente Vendedor	1	Unidad	\$ 0,64	\$ 0,64	
Gerente	0,0006	Unidad	\$ 700,00	\$ 0,42	
Total					\$ 2,07
Costos Indirectos de Fabricación					
	Cantidad		Costo	Subtotal	Total
Dep. Maquinaria	0,0005		\$ 129,83	\$ 0,06	
Dep. Equipo de oficina	0,0005		\$ 15,20	\$ 0,01	
Gasto servicios Básicos	0,0005		\$ 60,00	\$ 0,03	
				\$ 0,00	
				\$ 0,00	
Total Costos Indirectos de Fabricación					\$ 0,10
TOTAL COSTOS					\$ 9,00

Anexo 19: Costo de producción

Textil New Blessings Corporation						
Proyección de Costos						
DETALLE	COSTO UNITARIO		CANTIDAD	VALOR SEMANAL	VALOR MENSUAL	VALOR Anual
	Tallas	Valor				
Camiseta cuello de bandeja	Todas	5,53	60	331,78	1.327,10	15.925,23
Camiseta cuello boss	Todas	5,53	60	331,78	1.327,10	15.925,23
Camisetas cola de pato	Todas	6,94	60	416,42	1.665,68	19.988,13
Camisetas cuello de tortuga	Todas	6,94	40	277,61	1.110,45	13.325,42
Blusa cultural con bordado artesanal	Todas	12,01	50	600,35	2.401,41	28.816,94
TOTAL		36,9469	270	1.079,97		51.838,59

Anexo 20. Costo de ventas

TEXTIL NEW BLESSINGS CORPORATION						
Proyección de Ventas						
DETALLE	COSTO UNITARIO		CANTIDAD	VALOR SEMANAL	VALOR MENSUAL	VALOR Anual
	Tallas	Valor				
Camiseta cuello de bandeja	Todas	\$ 8,00	60	480,08	1.920,32	23.043,80
Camiseta cuello boss	Todas	\$ 8,00	60	480,08	1.920,32	23.043,80
Camisetas cola de pato	Todas	\$ 10,00	60	600,06	2.400,24	28.802,90
Camisetas cuello de tortuga	Todas	\$ 10,00	40	400,04	1.600,16	19.201,93
Blusa cultural con bordado artesanal	Todas	\$ 20,00	50	1.000,19	4.000,75	48.009,03
TOTAL		56,0084	270	1.560,22		74.890,51